

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN HOTELERA**

**ESTUDIO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE CON UN
ENFOQUE HOTELERO EN EL SERVICIO AMBULATORIO DE
“NORTHOSPITAL” UBICADO EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO.**

SERGIO ANDRES VILLEGAS BECERRA

DIRECTOR: CARLOS ALBERTO RUEDA

Quito, Septiembre, 2015

Aspectos preliminares

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres por su apoyo anímico y moral, a mis amigos quienes fueron esa fuerza incondicional que cada uno de nosotros necesitamos y a mis profesores quienes fueron una inspiración durante el transcurso de mi carrera.

Agradecimiento

Debo agradecer primero a mis padres por creer en mí y darme todo el apoyo incondicional durante toda mi vida, segundo a Carlos Rueda mi director de tesis, quien fue la persona que estuvo a mi lado trabajando hombro con hombro para poder culminar esta tesis, tercero al Hospital Northospital por la oportunidad brindada pues sin ella esta investigación no hubiera existido, y finalmente a profesores y amigos que contribuyeron con ideas, pensamientos y de más elementos que hicieron que esta tesis fuera un éxito.

Tabla de contenidos

Aspectos preliminares.....	I
Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	I
Resumen	VIII
1.-Introduccion	9
1.1.1.-Tema	9
1.1.2.-Justificación:.....	9
1.1.3.-Planteamiento del problema	10
1.2.-Objetivos:	11
1.2.1.-Objetivo General:.....	11
1.2.2.-Objetivos Específicos:	11
2.-Marco teórico	11
2.1.-Antecedentes.....	11
2.2.-Marco Teórico	16
2.2.1.-Calidad de atención en salud	16
2.2.2.-Cliente	17
2.2.3.-Atención al cliente	19
2.2.4.-Atención ambulatoria.....	22
2.2.5.-Plan de mejora.....	22
2.2.6.-Protocolos	25
2.3.-Marco conceptual	27
3.-Hipótesis.....	28
4.-Matriz de operacionalización	28
5.-Procedimiento marco metodológico.....	30
5.1.-Metodología.....	31
a) Fuentes, Técnicas e Instrumentos:	31
b) Técnicas	31
c) Universo	31
d) Muestra	31
d) Plan de Análisis de la Información	32
6.-Análisis de Resultados	33
6.1.-Resumen	33

6.2.-Resultados:	34
7.-Propuesta	72
7.1.-PROTOCOLOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/PACIENTE.....	72
7.2.- PLAN DE MEJORA PARA EL ÁREA AMBULATORIA DE NORTHOSPITAL	108
7.3.-CUADRO DE SEGUIMIENTO PARA EL PLAN DE MEJORA PARA EL AREA AMBULATORIA DE NORTHOSPITAL	115
8.-Conclusiones:	125
9.-Recomendaciones:.....	127
10.-Bibliografía:	128
ANEXOS.....	131

Tabla de Gráficos

Grafico N°1: Distribución porcentual de la población investigada según sexo	34
Gráfico N°2: Distribución porcentual del nivel de instrucción de los pacientes en el área ambulatoria de Northospital.	35
Gráfico N°3: Puntuación nominal sobre la Percepción de Tangibilidad en relación a la apariencia de instalaciones, equipos, empleados y materiales de comunicación por los pacientes de Northospital.....	36
Gráfico N°4: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a la tecnología de los equipos médico para diagnóstico y tratamientos.....	37
Gráfico N°5: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a la apariencia (limpieza y uniforme) del personal.	38
Gráfico N°6: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a las indicaciones (señalizaciones) para orientarse y saber dónde ir en el hospital.....	39
Gráfico N°7: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación al estado de apariencia y comodidad en que se encuentran las habitaciones y consultorios del hospital.....	40
Gráfico N°8: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a la facilidad para llegar al hospital.....	41
Gráfico N°9: Puntuación nominal sobre la Percepción de Fiabilidad de los pacientes de Northospital.	42
Gráfico N°10: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación al interés del personal por cumplir lo que promete.	43
Gráfico N°11: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación al interés del personal por solucionar los problemas de los pacientes.	44
Gráfico N°12: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación a la información que los médicos proporcionan.....	45
Gráfico N°13: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación al tiempo de espera para ser atendido por un médico.....	46
Gráfico N°14: Puntuación nominal sobre la percepción de la capacidad de respuesta; por los empleados hacia los pacientes de Northospital	47

Gráfico N°15: Distribución porcentual de la Percepción de Capacidad de Respuesta en relación a la disposición del personal para ayudar al paciente cuando lo necesite.	48
Gráfico N°16: Distribución porcentual de la Percepción de la Capacidad de Respuesta en relación a la rapidez con que se consigue lo que se necesita o pide.	49
Gráfico N°17: Distribución porcentual de la Percepción de Capacidad de Respuesta en relación a la puntualidad en las consultas médicas.	50
Gráfico N°18: Distribución porcentual de la Percepción de Capacidad de Respuesta en relación a la información que los médicos dan a los familiares.	51
Gráfico N°19: Puntuación nominal sobre la Percepción de Seguridad en relación al conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente por los pacientes de Northospital.	52
Gráfico N°20: Distribución porcentual de la Percepción de Seguridad en relación a la preparación del personal (capacitación) para realizar su trabajo.	53
Gráfico N°21: Distribución porcentual de la Percepción de Seguridad en relación a la amabilidad (cortesía) del personal en su trato con la gente.	54
Gráfico N°22: Distribución porcentual de la Percepción de Seguridad en relación a la confianza (seguridad) que el personal transmite a los pacientes.	55
Gráfico N°23: Puntuación nominal sobre la Percepción de Empatía por los pacientes de Northospital.	56
Gráfico N°24: Distribución porcentual de la Percepción de Empatía en relación a la capacidad del personal para comprender las necesidades de los pacientes.	57
Gráfico N°25: Distribución porcentual de la Percepción de Empatía en relación al trato personalizado que se da a los pacientes.	58
Gráfico N°26: Distribución porcentual de la Percepción de Empatía en relación al interés del personal de enfermería por los pacientes.	59

Lista de Tablas

TABLA N°1: PERFIL DE USUARIOS.	17
TABLA N°2: CLASIFICACIÓN DE DESEOS DEL CLIENTE.....	18
TABLA N°3: VARIABLE DE RECEPCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	20
TABLA N°4: OBJETIVOS Y MEDIDAS PARA UNA BUENA ACOGIDA	21
TABLA N°5: OBJETIVOS DE LOS PROTOCOLOS.....	25
TABLA N°6: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN.....	28
TABLA N° 7 VALORES DEL COEFICIENTE DE α CRONBACH DEL INTRUMENTO EMPEADO	60
TABLA N°8 TANGIBILIDAD VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO	62
TABLA N°9 TANGIBILIDAD VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO	63
TABLA N°10 FIABILIDAD VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO	64
TABLA N°11 FIABILIDAD VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO	65
TABLA N°12 CAPACIDAD DE RESPUESTA VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO	66
TABLA N°13 CAPACIDAD DE RESPUESTA VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO	67
TABLA N°14 SEGURIDAD VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO	68
TABLA N°15 SEGURIDAD VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO	69
TABLA N°16 EMPATIA VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO	70
TABLA N°17 EMPATIA VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO	71
Tabla N°18 Protocolo de Atención de personal Auxiliar de Enfermería de Consulta Externa.....	72
Tabla N°19 Protocolo de Atención de personal Auxiliar de Laboratorio	79
Tabla N°20 Protocolo de Atención de Secretaria de Laboratorio	86

TablaN°21 Protocolo de Atención de Auxiliar de Imagen.....	93
TablaN°22 Protocolo de Atención de Información y Admisiones	99
TablaN°23 Protocolo de Atención de Guardias	103
Tabla N°24 Plan de mejora para el Área Ambulatoria.....	108
Tabla N°25 Matriz de seguimiento y Control	115

Resumen

La importancia del paciente/cliente en todo establecimiento de salud ya sea como elemento económico generador de réditos a la empresa o como núcleo fundamental del sistema de salud de un país; éste cliente externo se merece calidad de atención en salud.

¿Por qué la calidad de atención al paciente/cliente en consulta externa en “Northospital” es indispensable?

Con el fin de responder a esta interrogante y hacer una relación entre la hotelería con las empresas dedicadas al ofertar el servicio de salud; la presente investigación plantea evaluar la atención al paciente/cliente, con el fin de determinar si existe calidad en el servicio de salud, no solo en un marco de salud únicamente sino también como un principio de hotelería de manera integral.

Mediante la evaluación de la calidad de atención al cliente, en el servicio ambulatorio de Northospital, se podrá determinar la situación actual y de esta manera desarrollar un “protocolo de atención al cliente”, que esté orientado a la satisfacción total de los pacientes así como el diseño de un “plan de mejora” enfocado a clientes internos, con lo que se lograría resultados positivos en ésta área, impulsando una mejora en la calidad de atención.

La recopilación de datos se realizó a los pacientes que asistieron al servicio ambulatorio en las diferentes especialidades de este Hospital, mediante la utilización de encuestas previamente elaboradas. La población total fue de 1368 personas, y mediante la aplicación de una fórmula estadística se determinó el tamaño de muestra. En conclusión la encuesta utilizada se la aplicó a 300 paciente/clientes en el área ambulatoria.

Los resultados encontrados revelan que la percepción de calidad es positiva, sin embargo la constante evidencia de porcentajes negativos en las preguntas denotan que a pesar de que la percepción de calidad es positiva, existe una falta de “constancia” en la aplicación de la misma; es decir que en el 100% del tiempo, existe una calidad de atención muy variable, por lo que puede llegar a ser negativa o positiva durante el tiempo de servicio. Lo que permite concluir que en cada dimensión analizada existen elementos que pueden ser potenciados y mejorados; a la vez, recomendar la aplicación de estrategias de mejora, una constante inversión económica en capacitaciones al personal a todo nivel, el nombramiento de “responsables” en cada sección, entre otras; logrando así una efectiva “Calidad de atención al paciente/cliente”.

1.-Introduccion

1.1.1.-Tema

Estudio de la calidad de atención al cliente con un enfoque hotelero en el servicio ambulatorio de “Northospital” ubicado en Distrito Metropolitano de Quito.

1.1.2.-Justificación:

Los establecimientos de salud han existido siempre en función de la sociedad, puesto que a medida que la sociedad evoluciona, se crean nuevas respuestas sociales, culturales, científicas, económicas y políticas para atender la enfermedad. A medida que el mundo y la sociedad cambia los establecimientos como: hospitales, clínicas, centros de salud, etc. han sido diseñados como instalaciones que faciliten a los médicos o especialistas su labor, la cual es aliviar las dolencias ocasionadas por patologías preexistentes o que se encuentren en su etapa de evolución misma, en este sentido dichos establecimientos cuentan con todo el material y la infraestructura necesaria para que logren cumplir con su objetivo con el paciente (Supervisión de servicios de hotelería hospitalaria, 2013). Con lo cual se llega a deducir que los hospitales, clínicas y centros de salud cuentan con el personal y el equipamiento necesario para cumplir con su fin. En una perspectiva deshumanizante, hace que el paciente o cliente se convierta en un objeto, un caso, un número o un producto de acuerdo a su patología; esto se ha generado porque las instituciones de salud ya sean públicas o privadas han dejado de lado la aplicación de la calidad de atención, y como herramienta de aplicación la hotelería, pues esta relación al ser aplicada puede llegar a convertirse en variable muy importante, logrando aportar valor agregado en cualquier tipo de servicio prestado al paciente como también siendo un punto diferenciador entre empresas de salud (Moreno Monsiváis & Interrial Guzmán, 2011).

El buscar mayor calidad contribuye a mejorar la capacidad de innovación, e incrementar la proximidad de los clientes y a afianzar los compromisos que adquiere Northospital como empresa con los mismos.

Lo que se quiere decir con esto es que a medida que la relación entre hotelería, la calidad de atención y las diferentes entidades que prestan el servicio de salud ya sean en puntos específicos como en la atención al cliente pueden lograr que cualquier

manifestación de afecto, consideración y respeto al paciente logre tener tanto valor, como el más ágil acto médico o como en el uso de la más compleja y costosa tecnología(Serven, 2008).

1.1.3.-Planteamiento del problema

La hotelería y sus diferentes características y estándares sumados con la calidad de atención destinada al ámbito de salud, logran reafirmar que la atención al cliente sea un eje fundamental dentro de la prestación de servicio de salud; entendiéndose a la atención al cliente, como el vínculo creado entre el proveedor de servicios y la persona que los adquiere, a cambio de un valor determinado logrando así haber satisfecho toda expectativa y requerimiento del mismo, lo cual arroja un punto clave el cual marca al cliente como eje principal; donde este núcleo llamado cliente, siempre tiene la razón y sus expectativas son el principal objetivo a satisfacer, pues el simple hecho de llevarlo a cabo conlleva un vasto análisis e investigación del mismo(Dorado & Cerra, 2000).

Debido a la importancia del paciente en todo establecimiento de salud ya sea como elemento económico genera réditos económicos a la empresa o como núcleo fundamental del sistema de salud de un país, esta persona se merece calidad de atención en salud. Ahora, ¿por qué la calidad de atención al paciente en consulta externa en Northospital es indispensable? Como se menciona en *“La reforma del sistema de salud, la calidad de la atención, la seguridad del paciente y los principios de la bioética”* realizada en el año 2013 por la Dra. Cecilia Acuña asesora en Sistemas y Servicios de Salud OPS/OMS-Ecuador, concluye su presentación con una frase, *“El centro del sistema de salud es la población a la que sirve”*, es decir que para lograr ofertar un servicio de salud con calidad de atención se requiere tener un previo conocimiento de la población a la cual se enfocaría, sabiendo que esto, conlleva conocer sus necesidades y expectativas para lograr que la población objetivo, logre notar lo que se denomina la *“Calidad percibida por el usuario”* que complementada por medio de la calidez en el trato de los funcionarios hacia el paciente, lo cual estará en relación a las condiciones materiales, relacionales, administrativas y éticas en las cuales, se provee los bienes o servicios, en conclusión, es cómo se desarrollan las diferentes actividades dentro del establecimiento de salud.

En busca de una solución y una herramienta útil, surge la hotelería como medio para crear protocolos de atención al paciente/cliente y asegurar la calidad de la atención.

Para conseguir que exista y se perciba la calidad en la atención al cliente en el área de consulta externa. Con la creación de protocolos de atención, basándose en los diferentes estándares y requerimientos de la hotelería y su atención al cliente, complementándose en la realidad de la prestación de servicios de salud con un enfoque hotelero integral, en el que el paciente logre percibir una atención personalizada en todo el proceso de consulta externa, mejorando su satisfacción.

1.2.-Objetivos:

1.2.1.-Objetivo General:

- Evaluar la calidad de atención al cliente en el servicio ambulatorio de Northospital en un marco de hotelería.

1.2.2.-Objetivos Específicos:

- Determinar la situación actual de la calidad de atención en el servicio ambulatorio.
- Establecer un protocolo de atención al cliente orientado a la satisfacción total de los pacientes en un marco de hotelería y calidad de atención.
- Diseñar un plan de mejora enfocado a clientes internos que impulse la calidad de atención al paciente en el servicio ambulatorio de “Northospital”.

2.-Marco teórico

2.1.-Antecedentes

La calidad de atención es un tema utilizado para crear programas de capacitación a través del mundo para asegurar la satisfacción del paciente y demás elementos como la seguridad y la bioética. La Cooperación Española junto con la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud, en el año 2010 promocionaron el “*Programa de Calidad de la Atención y Seguridad del Paciente*”, a 19 países de Latinoamérica y 10 del Caribe Inglés, este programa se basó en la Resolución de “*Política y estrategia regionales para la garantía de la calidad de la atención sanitaria, incluyendo la seguridad del paciente*” (2007). El plazo dado a dicho programa fue de diez años, donde se han incluido varias capacitaciones, se priorizaron áreas de trabajo como la compilación de normas y legislaciones existentes en los países de Latinoamérica sobre calidad de la atención, seguridad del paciente y generación de propuestas para mejorar el marco regulatorio.

Con el fin de ofertar un producto de salud que logre incluir la calidad de atención y la satisfacción del paciente en salud, se ha visto la posibilidad de implementar una herramienta denominada “Hostelería Hospitalaria”. En varios países como España, Brasil, Argentina se han creado entidades sin fines de lucro, asociaciones, las cuales aportan al desarrollo de este tema y aportan en la implementación del mismo en diferentes establecimientos de salud. Un claro ejemplo de ellos es: la Asociación Española de Hostelería Hospitalaria la cual es una entidad sin fin de lucro que agrupa a todos los profesionales responsables de la Hostelería y los servicios de salud privados y públicos (Asociación Española de Hostelería Hospitalaria). Esta asociación fomenta el intercambio de información entre profesionales del medio pues esta es responsable de varias publicaciones y la edición de revistas especializadas, además realiza congresos y capacitaciones. Un artículo publicado en la revista “*Hh equipamiento sociosanitario*” (2011) titulado como “La nueva Hostelería Hospitalaria” el cual trata sobre la calidad de servicio ofertado y la relación directa que tiene este con los hospitales, ya que debido a su interacción directa con los usuarios es una de las principales variables que se expone a críticas y exigencias por parte del cliente (Ubeda, 2011).

Por otro lado en Latinoamérica existe una empresa la cual se especializa en el desarrollo y la aplicación de las Estrategias de competitividad y en la generación de conocimiento en las diferentes áreas de la administración de los hospitales y la Administración de Salud, con sede en la ciudad de Sao Paulo, se llama “HMDoctors” esta empresa ha publicado varios artículos relacionados con la hostelería hospitalaria (HMDoctors). Uno de ellos se titula “Atienda al Paciente y Escuche al Cliente” escrito por Valmor Córdova Jr. El artículo trata sobre la importancia de la comunicación con el paciente no solo para obtener información sobre sus dolencias sino también para determinar sus expectativas y exigencias, y así demostrar que, mediante una buena atención al cliente se puede crear experiencias positivas que logren resaltar el prestigio del establecimiento y fidelizar al cliente (Córdova, 2012).

Para señalar la importancia de la investigación y la aplicación de buenas prácticas con respecto a la atención al cliente, en el mundo se han realizado varios estudios, a continuación, éstos destacan el servicio al cliente como herramienta importante dentro de los servicios de salud.

“Expectativas y experiencias de los usuarios del Sistema de Salud en México: Un estudio de satisfacción con la atención médica”. Este estudio plantea el análisis de variables subjetivas, las cuales son un punto de referencia y partida para el análisis del mejoramiento de la atención, a su vez son una herramienta para medir el nivel de satisfacción, felicidad o calidad de vida de las personas afectadas. Optaron por evaluar dichas variables ya que las herramientas o variables objetivas como Producto Interno Bruto, índices estadísticos de consumo, entre otros, arrojan datos con los cuales los analistas no logran evidenciar niveles de satisfacción o de calidad de vida, pues estos presentan niveles y tendencias de consumo, productividad, los cuales no logran expresar elementos intangibles involucrados como nivel de satisfacción u otros elementos intangibles importantes los cuales intervienen en este caso en la evaluación de atención al cliente en centros de salud. Además el presente estudio, trata la satisfacción como un proceso cognitivo, el cual plantea que la satisfacción o bienestar está ligado con la acumulación de experiencias positivas, donde el sujeto a evaluar es actor directo de dichas experiencias, y el único juez para evaluar dichos eventos de manera positiva o negativa con respecto a su sentido de bienestar o felicidad plena (Sutton, García, et. al, 2013).

Por otro lado, el artículo científico titulado como: “Percepción del paciente acerca de su bienestar durante la hospitalización” tuvo como objetivo analizar las opiniones de varios pacientes con respecto a la atención que recibieron durante su hospitalización. La metodología empleada para la recopilación de datos fueron entrevistas realizadas a los pacientes (Monsiváis, Guzmán, 2011).

En este estudio, se plantearon varios puntos críticos de investigación y de relevancia con respecto a la atención percibida por parte de los pacientes.

“Respecto al seguimiento en la atención, los informantes consideraron que para ellos era importante que las enfermeras estuvieran pendientes de sus cuidados y cubrieran sus necesidades en forma rápida y oportuna” (Moreno Monsiváis & Interrial Guzmán, 2011). En este primer punto de evaluación, se evidencia que la constante visita por parte de enfermeras para monitorear el cuidado de los pacientes y su eficiencia para suplir cualquier necesidad que ellos tuvieran es un muy importante, pues crea un ambiente propicio para la recuperación de los pacientes.

“Algunos participantes percibieron que los aspectos que no fomentan el bienestar son una deficiente atención y lo atribuyeron a la falta de conocimiento y experiencia del personal en la ejecución de actividades y procedimientos”(Moreno Monsiváis & Interrial Guzmán, 2011).El segundo punto crítico citado menciona que la importancia de la capacitación y la preparación académica hacia el personal del establecimiento es fundamental pues, pues esto asegura una mejor atención al paciente y genera seguridad en el cuidado del mismo durante su permanencia en el establecimiento.

“Otro aspecto que fomenta el bienestar es el estar informados acerca de las actividades o procedimientos que se les van a realizar; mencionaron que es necesario que se les expliquen los cuidados que deben tener en casa y que la enfermera se coordine con el médico para que pueda contestar las preguntas y dudas que ellos tienen, pues les agrada que la enfermera siempre tenga una respuesta”(Moreno Monsiváis & Interrial Guzmán, 2011).El siguiente aspecto, muestra la importancia de la información otorgada por parte de la enfermera como del médico antes, durante y después de la atención hacia el paciente, de esta manera el paciente evita realizar actividades que perjudiquen su recuperación.

“Algunos participantes percibieron un trato inadecuado tales como actitud de molestia por parte de la enfermera cuando algún paciente no asignado les preguntaba o pedía algo. Así mismo señalaron que las enfermeras son impacientes, toscas y descorteses cuando realizan algún procedimiento” (Moreno Monsiváis & Interrial Guzmán, 2011).La actitud servicial es primordial en la atención al cliente, pues como menciona este resultado, a los pacientes si les importa la calidez con las que les trata el personal de salud.

Gracias a lo citado anteriormente, se evidencia la importancia de la calidad en la atención al paciente, pues no solo marca una diferencia en la atención brindada en cualquier establecimiento que ofrezca el servicio de salud, sino también asegura que el bienestar del paciente facilite la recuperación del mismo.

Northospital se encuentra ubicado en la Avenida la Prensa y Vaca de Castro en la parte norte del Distrito Metropolitano, es una empresa dedicada al servicio de salud, poseen servicios como laboratorio, imagen, consulta externa, emergencia pediátrica como también en adultos. En las especialidades de urología, gastroenterología, ginecología y

obstetricia, medicina interna, neurología, traumatología y ortopedia (Northospital, 2015).

Su filosofía corporativa es:

Misión: Somos un Hospital de la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito que proporciona servicios de salud con gran calidad y calidez, en especialidades médicas, quirúrgicas y de apoyo al diagnóstico y tratamiento, formador de recursos humanos de excelencia, respaldados en nuestros valores de ética, integridad y responsabilidad al servicio del Paciente (Northospital, 2015).

Visión: Ser un centro hospitalario con reconocimiento nacional, generador de modelos de atención en servicios de Salud, promoviendo la formación de recursos humanos de excelencia, con calidad, y tecnología, compartiendo conocimientos a través de la docencia Hospitalaria (Northospital, 2015).

Valores

Servicio.- Colaborar con disposición permanente hacia nuestros usuarios, pacientes y sus familias buscando siempre su bienestar con calidez, consideración y amabilidad

Calidad.- Por la atención brindada a los pacientes, tanto en los servicios médicos como administrativos

Compromiso.- Para con el paciente que solicita nuestros servicios al brindarle nuestra confianza y apoyo.

Eficacia.- Actuar adecuadamente para el logro de los objetivos institucionales y de salud.

Eficiencia.- Obtención de los mejores resultados en el logro de los objetivos por medio del uso racional de los recursos disponibles.

Equidad.- En los recursos y servicios de la institución sin distinción de edad, género, grupo social, ideología y credo, estado de salud o enfermedad.

Ética.- Apego a los códigos, normas y principios del actuar del equipo de salud. Al aplicar los conocimientos adquiridos para apoyar los servicios que presta la Institución

Honestidad.- Reconocimiento de nuestra actitud o vocación por el servicio ante los intereses personales o de grupo.

Respeto.- Considerar sin excepción alguna la dignidad de la persona humana, los derechos y las libertades que le son inherentes, siempre con trato amable y tolerante (Northospital, 2015).

2.2.-Marco Teórico

2.2.1.-Calidad de atención en salud

Avedis Donabedian (1980) la definición de calidad de atención en salud *“es la aplicación de la ciencia y la tecnología médicas en forma tal que maximice los beneficios de la salud de la población sin aumentar en forma proporcional sus riesgos”*. Pero para poder hablar de calidad de atención también se debe revisar la definición de calidad en el ámbito de salud.

Los doctores Jaime Otero M. y Jaime I Otero I en su publicación, *“¿Qué es calidad en salud?”* (2002), expresan la definición de calidad, conceptualizada en varios elementos aquí se mencionaran dos de los más importantes, el primero, donde el producto o servicio es visto de una manera subjetiva, es decir, es definido como un producto de calidad cuando logra satisfacer las necesidades y requerimientos del paciente, si el producto o servicio no logró satisfacer al cliente, se lo cataloga como un producto que carece de calidad. Es decir que cuando una persona recibe el servicio de salud a pesar que el médico lo haya atendido profesionalmente y de forma adecuada, pero en el peor de los casos no logro satisfacer las expectativas del cliente, el servicio a opinión del cliente va ser negativa, porque a pesar que el médico haya realizado su servicio, el cliente no se sentirá satisfecho con la calidad de atención percibida. El segundo enfoque es donde la percepción de cada persona es juez y testigo del servicio, pues el grado de exigencia varia de persona en persona, en el ámbito de salud la realidad es que las personas de bajo nivel social o de limitadas posibilidades económicas, se conforman con ser atendidos por el profesional, no importándoles en muchos casos tener que sufrir largos períodos de espera y que le sean otorgadas citas espaciadas a largo plazo y otras circunstancias que no son aceptadas por personas de otro nivel, quienes están acostumbradas a otro tipo de atención y que por ende, exigen calidad en la atención y si es posible tener una atención mucho más personalizada; en conclusión el concepto de calidad para ambas, simplemente es diferente. Para poder entender de mejor manera los doctores Jaime Otero M. y Jaime I Otero I autores del libro *“Gerencia en odontología. Tomo 2 Ética y Marketing”* (2002) complementan esta perspectiva de calidad de

atención de salud, en dos dimensiones, la primera como “*calidad técnica*” y la segunda como “*calidad funcional*” donde la primera dimensión se expresa como el cumplimiento estricto de todos los protocolos y requisitos de atención; y la segunda es donde la perspectiva cambia, es decir que hace referencia a como la persona percibe que es atendida. Y así surge el propósito de la calidad de atención y de salud, es lograr que la calidad ofertada, y la calidad sentida por parte de cliente y paciente del establecimiento logren encajar una con otra para lograr un servicio y una atención de salud de calidad.

2.2.2.-Cliente

El cliente, según la real academia de la lengua se define como “*toda persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa*”. Como se puede notar no existe connotación alguna que este correlacionada con cualquier tipo de especialidad por ende la definición de cliente dependerá siempre de ámbito en el cual se ocupe por ejemplo en el ámbito económico se define al cliente “*como la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual*”(Definición.de, 2008).

El cliente es la persona más importante para una empresa, lo cual le otorga toda la importancia, ya que sin este principal elemento la empresa que oferta servicios no podría cumplir con la finalidad de la misma. Esta perspectiva es fomentada con una actitud diferente, la cual plantea que la persona que está recibiendo nuestro servicio nunca interrumpirá nuestras actividades cotidianas pues los prestadores del servicio estarán seguros que su trabajo radica en servirle y satisfacerle. Toda empresa que se interesa en la calidad y la satisfacción del cliente debe tener en cuenta que su existencia depende del grado de satisfacción del consumidor del servicio por lo cual la empresa debe tener el conocimiento necesario del perfil de sus usuarios como se muestra en el Cuadro N1(Dorado & Cerra, 2000).

TABLA N°1: PERFIL DE USUARIOS.

¿Quiénes son?	¿Por qué nos escogen?	¿Qué compran?
<ul style="list-style-type: none"> • Sexo • Edad 	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen • Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Que servicios • Gasto promedio

<ul style="list-style-type: none"> • Profesión • Estrato social • Motivo de la relación • De donde preceden • Medio de transporte que utilizan 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio ofrecido • Tipo de oferta • Ubicación • Categoría • Moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos más habituales
---	---	--

Elaborado por Sergio Villegas

Fuente:(Dorado & Cerra, 2000)

Al hablar sobre el cliente debemos tener en cuenta un elemento fundamental, el cliente es una persona con deseos y necesidades las cuales generan expectativas, las mismas que la empresa y la persona que está permanentemente en contacto con el cliente deberá llegar a conocer e interpretar de la mejor manera para poder satisfacer. Estas necesidades internas de cada persona son universales y partiendo de este principio podemos incidir en el deseo del consumo o descifrar los deseos que impulsan estas necesidades(Garcia Ortiz, Gil Muela, & García Ortiz, 2007).

El libro “Técnicas de servicio y atención al cliente” propone dividir estos deseos en dos clarificaciones como se muestra en el Cuadro N2:

TABLA N°2: CLASIFICACIÓN DE DESEOS DEL CLIENTE

Orden Material	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Supervivencia:</i> refunde las necesidades vitales. Su espectro va desde las más necesarias para la vida, hasta las más complejas relativas a la posición social. • <i>Sexualidad:</i> De carácter biológico y psicológico, es innata a todas las personas, resulta una de las mayores motivaciones para el consumo • <i>Places y comodidad:</i> viven acompañado al hombre desde sus orígenes, persiguiendo ambas constantemente.
Orden Intelectual	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Deseo-Necesidad de nuevas experiencias:</i> atañe de forma más o menos intensa a la mayoría de las personas, nos mueve a probar nuevos productos, a cambiar ante lo nuevo. • <i>Deseo-Necesidad de seguridad:</i> En gran medida es la antítesis del

	<p>anterior, las personas según nuestro carácter y edad buscamos un equilibrio entre ambos deseos. La seguridad nos empuja a mantener determinados hábitos y a ser fiel a determinadas marcas, productos, establecimientos o maneras de relacionarnos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Deseo-Necesidad de respuesta:</i> Está relacionado con la aspiración al amor, con el miedo a la soledad y la apetencia de la compañía de los demás. • <i>Deseo-Necesidad de reconocimiento:</i> dentro de este se incluye la vanidad la ambición. Este sentimiento es la constante búsqueda que seamos halagados o reconocidos por otras personas siendo útiles o simplemente sentirnos satisfechos con nuestra vida.
--	--

Elaborado por Sergio Villegas

Fuente:(Garcia Ortiz, Gil Muela, & García Ortiz, 2007)

Continuando con las expectativas de los clientes, debemos decir que cada una de las expectativas generadas por el cliente deberá ser atendida con los servicios prestados, pues la plena superación de las mismas garantizara una satisfacción del mismo. En el preciso momento donde el aquella persona acude a la empresa de servicios espera una serie de elementos como: la apariencia, el precio, la imagen de mismo, etc., sean correlacionados de una manera armónica y así tener como resultado haber logrado intuir sus deseos y expectativas logrando así su satisfacción y a nivel empresarial haber generado un punto diferenciador hacia la competencia(Garcia Ortiz, Gil Muela, & García Ortiz, 2007).

2.2.3.-Atención al cliente

La atención al cliente, como su nombre lo indica son acciones que realizan los empleados una organización para lograr la satisfacción del cliente a quien sirven a quien se está prestando un determinado servicios. La definición más conveniente es la que ofrece Dianne Bown-Wilson en su artículo titulado "*The Concept of Customer Service*" donde propone que la atención al cliente es "*la suma total de lo que hace una organización para satisfacer las expectativas de los clientes y producir su satisfacción*". Esto quiere decir que como organización, está encargado de conocer y comprender todo lo involucrado con el cliente, pues el futuro de dicha organización o empresa destinada a la oferta de servicios estará centrada en satisfacer las necesidades y deseos del cliente

desde un punto de partida viéndolo como cliente potencial y finalizando con la satisfacción del cliente después de haber realizado la compra del servicio(Bown, 2014).

Por otro lado la atención al cliente no solo se enfoca en la satisfacción del cliente y así mejorar en cierto modo mejor las ventas de la organización, sino también consiste en un sistema de acciones que permiten incrementar la calidad del servicio y así crear una experiencia positiva durante el mismo. Para lograr esta experiencia positiva y mejorar la calidad del mismo la atención al cliente, según el libro “Manual de Recepción y Atención al cliente” consta con diferentes variables las cuales deberán estar perfectamente correlacionadas para lograr que el personal que se encuentre en contacto directo con el cliente pueda transmitir todo aquellos sentimientos que posee la organización con respecto al cliente. Las variables están expuestas en el Cuadro N3:

TABLA N°3: VARIABLE DE RECEPCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Necesidad de disponer de un personal informado	<ul style="list-style-type: none"> • Con relación a los objetivos propuestos por la empresa. • Con todos los servicios que ofrece el establecimiento. • Con relación a cualquier información pertinente que pueda ser de interés del cliente.
Necesidad de disponer de un personal motivado	<ul style="list-style-type: none"> • Que se haya identificado con los objetivos de la empresa. • Que ha interiorizado la imagen que la empresa ha transmitido. • Que se responsabiliza de la importancia del trabajo que desempeña. • Que reivindica su profesionalidad. • Que tiene actitud predispuesta al dialogo y tolerancia ante al cliente.

Elaborado por: Sergio Villegas

Fuente:(Dorado & Cerra, 2000)

Habiendo mencionado las diferentes variables que corresponden a la actitud y aptitud del personal frente al cliente se debe mencionar un evento que es primordial durante la

atención al cliente; “la acogida” como la denomina el libro “Manual de Recepción y Atención al cliente” es la recepción del cliente frente al personal y así a la primera impresión del cliente frente a la empresa. Este evento en particular es sumamente importante ya que el resultado de la misma va a lograr que el cliente logre aceptar y sobrellevar las diferentes falencias en instalaciones y en el servicio. Para cumplir con una buena acogida el libro antes mencionado fija objetivos y medidas necesarias para lograrlo como se muestran en el Cuadro N4.

TABLA N°4: OBJETIVOS Y MEDIDAS PARA UNA BUENA ACOGIDA

Objetivos	Medidas adoptadas
Presentación	<ul style="list-style-type: none"> • Apariencia: en el preciso momento donde el cliente se presenta frente al personal de servicio es un punto clave pues en cierto modo el cliente crea una imagen de la organización que puede ser negativa o positiva y esta imagen que el cliente percibe y aprehende desde un inicio la llevara consigo desde el principio hasta que se marcha del establecimiento.
Captar la atención del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Atención puntual: esto significa crear un autentico espíritu de servicio, es decir crear empatía con el cliente para lograr esto se necesita lo siguiente: <ol style="list-style-type: none"> 1. Tener en claro que el cliente es lo primero 2. Atender rápidamente y siempre de pie y si en el caso de estar atendiendo a otra persona, se deberá realizar un gesto que comunique al cliente que si lo hemos notado y que pronto será atendido. 3. Dejar el trabajo que se está realizando en dicho momento para atender al cliente siempre y cuando no sea atender a otro cliente.
Hacer que se sienta relajado y cómodo (como en su	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad: Es decir mantener una actitud positiva y predispuesta a la comunicación sincera con el cliente. La amabilidad en este punto es la herramienta para romper el hielo con el cliente y es el preciso momento donde la atención personalizada puede marcar la diferencia

casa)	durante la conversación.
Informarle en todo momento	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud Servicial (no servil): se trata de facilitar toda aquella información que le pueda beneficiar al cliente como son: servicios adicionales, horarios, ubicación de los diferentes departamentos, etc.
Atender sus demandas	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad: Lo que se quiere llegar con este punto, es lograr que el personal tenga la flexibilidad para desarrollar el trabajo eficazmente, pues que a medida que las diferentes demandas del cliente sean satisfechas su actitud frente a la organización será cada vez más positiva.

Elaborado por: Sergio Villegas

Fuente:(Dorado & Cerra, 2000)

En conclusión lo que se busca mediante las diferentes actividades y objetivos planteados, es crear una expectativa positiva dentro de una situación adversa, un ejemplo de este fenómeno es cuando el cliente es el paciente de una empresa que ofrezca los servicios de salud como lo son los hospitales, clínicas, etc.

2.2.4.-Atención ambulatoria

La atención ambulatoria a través del tiempo ha ido obteniendo un papel protagónico en la atención hospitalaria. Esto se debe al aumento de los problemas de salud de la población, la demanda de la sociedad frente a este servicio, y el aumento de estos problemas o dolencias, es el resultado en muchos de los casos son sustentados por algún argumento científico y en otros es impulsado por creencias y valores dominantes en la sociedad y muchas de ellas son impulsadas por la industria farmacéutica(Londoño, Morera, & Laverde, 2008)(Rubinstein, Terrasa, Durante, Rubinstein, & Carrete, 2001).

La atención ambulatoria incluye la atención de consulta externa como también la atención de urgencias, en establecimientos de salud de nivel dos el servicios ambulatorio se diferencia por tener la atención de especialistas básicos en la parte de consulta externa y urgencias(Londoño, Morera, & Laverde, 2008).

2.2.5.-Plan de mejora

A nivel mundial hablar sobre herramientas para generar calidad en un producto o servicio es muy común y más aún si nos referimos al término “mejora continua”, bueno

más que una herramienta, se podría decir que se trata sobre una filosofía corporativa que fomenta el “hacer más con menos”. Esta filosofía fue implantada por Toyota y así lograr el número uno en producción mundial de automóviles. Esta filosofía implica eliminar desperdicio de tiempo, mano de obra, materiales y demás elementos que pueden causar rubros innecesarios a la organización (Alvarado, Morales, & Bustos, 2012). La empresa que inició esta filosofía fue Toyota por ende la misma empresa la definió como *Kaizen*, es una palabra japonesa donde “*Kai*” significa “tomar parte” y “*Zen*” significa “hacerlo bien” donde al momento de aplicarlo plantea realizar pequeñas mejoras pero continuas, realizadas por todos, es decir que cada persona sean directivos como también trabajadores se ven involucrados en los cambios y su continuidad. En fin, “mejora continua” se define como *“un proceso de pequeños cambios que se dan de manera continua con miras a la desaparición o disminución de desperdicios, en el cual participan todos los miembros de la organización y cuyo principio está basado en el sentido común, con el objetivo de lograr la excelencia”* (Alvarado, Morales, & Bustos, 2012; página 159). El objetivo del plan de mejora continua es simple, trata de hacer más con menos. Esto trata sobre disminuir todo tipo de desperdicios y así lograr eficiencia en procesos o protocolos para lograr la excelencia. Este plan de mejora y su objetivo es aplicable a toda organización que conste con procesos e incluso se puede aplicar a una persona o un grupo de personas, lo único necesario es que las mismas tengan una actitud positiva frente al cambio y al trabajo además de la actitud también se requiere que el personal esté capacitado con técnicas de mejora continua y que sean capaces de utilizar el sentido común.

Tipos de desperdicios

Son el resultado de investigación y observación de la organización, pero hasta que este proceso de observación e investigación sea aplicado a la empresa en cuestión, en ese momento es donde se determinarán sus desperdicios y se realizarán estrategias para reducirlos o desaparecerlos (Alvarado, Morales, & Bustos, 2012).

1. Sobreproducción: Cuando se produce más de lo necesario
2. Espera: Es cuando la persona que está realizando el servicio se ve obligado a esperar los materiales, equipos, o cualquier cosa que necesite para realizar su actividad.

3. Transporte innecesario: Movimiento de partes dentro del proceso creando así un desperdicio de tiempo innecesario si las herramientas faltantes se ubicaran cerca de donde se realiza la actividad.
4. Procesamiento incorrecto: Esto surge cuando las exigencias del cliente no se encuentran claras.
5. Inventarios: El sobre almacenaje crea desperdicio de productos, poca rotación de los mismos causando que estos no se vendan, etc.
6. Movimientos innecesarios: Esto hace referencia al desplazamiento del personal que en vista de falta de material necesario debe para sus actividades ir en busca de lo necesario.
7. Productos defectuosos o rehacer el trabajo realizado: Esto significa que no se están realizando los procesos o los protocolos de una manera adecuada, la cual hace que el personal deba realizarlo otra vez.

Proceso de mejora:

Antes de la implementación del plan de mejora, se requieren ciertos “compromisos” para lograr que los actores principales de la organización estén en armonía para lograr que el plan de mejora continua sea un éxito. A continuación cuatro elementos importantes para la ejecución del plan de mejora:

- Compromiso de la dirección: Esto hace referencia a que todos los directivos de la organización deben estar comprometidos con los cambios a realizar en todos los niveles de la empresa(Alvarado, Morales, & Bustos, 2012).
- Compromiso de la administración: Igualmente que en compromiso anterior, el personal de este eslabón deberá igualmente estar plenamente comprometido con el proceso de mejora continua y sus objetivos(Alvarado, Morales, & Bustos, 2012).
- Compromiso de los trabajadores: Es importante que para lograr el compromiso del personal, primero deberán estar capacitados sobre el tema, segundo deberán estar al tanto de los beneficios que les brinda este cambio y finalmente deben estar predispuestos a realizar un cambio de mentalidad hacia un nuevo modo de pensar, ver y hacer las cosas(Alvarado, Morales, & Bustos, 2012).
- Crear sistemas de reconocimiento: Con esto se quiere decir que la elaboración de un plan de reconocimiento el cual no necesariamente debe ser económico funcionara como una motivación hacia el personal pues de esta manera, se sentirá parte

importante de la organización y tratara de realizar su mejor esfuerzo en sus actividades diarias(Alvarado, Morales, & Bustos, 2012).

2.2.6.-Protocolos

Protocolo es la suma de varios procedimientos para determinar el cómo realizar diferentes actividades, de esta manera se ven en la obligación de determinar conductas, acciones y técnicas que se consideren adecuadas ante el objetivo del protocolo. Para otorgarle una perspectiva de salud se lo puede definir como instrumentos de aplicación, de orientación, eminentemente práctica, que pueden o no resumir los contenidos de una Guía de Práctica Clínica o Guía de Atención(López, et al, 2007).

Los objetivos de los protocolos permiten homologar el proceso de atención, definir la responsabilidad de cada uno de los miembros del personal, sistematizar el proceso de atención. La realización de protocolos y de cualquier tipo de documento que trate de estandarizar el comportamiento y la conducta de las personas que están realizando el servicio, deberá ser científicamente respaldado, pues de esta manera será posible lograr que el servicio brindado al paciente o cliente sea el adecuado.

TABLA N°5: OBJETIVOS DE LOS PROTOCOLOS

<ul style="list-style-type: none"> • Homologar el proceso de atención a las personas, mejorando la eficiencia y la toma oportuna de decisiones basado en evidencia científica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir la responsabilidad de cada uno de los miembros del personal de salud, según nivel de atención.
<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la toma de decisiones por parte de las y los usuarios, dándoles oportunidad para que participen en su proceso de atención. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el respeto a los derechos humanos de las y los usuarios en el proceso de atención.
<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la equidad en el proceso de atención mediante la utilización de los recursos de manera eficaz y eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematizar y simplificar y el registro de información del proceso de atención que facilite la evaluación de la misma.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar indicadores para la 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la práctica del personal de

evaluación del proceso de atención con base en estándares objetivos.	salud, como un respaldo, en la atención a las personas.
--	---

Elaborado por: Sergio Villegas

Fuente:(López, et al, 2007)

Recomendaciones para elaborar protocolos:

A continuación se mencionan varios aspectos importantes para la elaboración de protocolos en el ámbito de salud según lo indicado en la “*Guía para la elaboración de protocolos*” del Hospital Comarcal de la Axarquía realizado en el año 2009.

- **Introducción:** Se trata de hacer una puesta al día y una justificación de los motivos que hacen necesario la elaboración del documento.
- **Definición/es:** ¿En qué consiste la técnica, el procedimiento o el proceso que voy a protocolizar? Se trata de hacer una descripción breve de la técnica o el procedimiento.
- **Objetivos:** Responderían de forma general a la pregunta: ¿Qué quiero conseguir con éste protocolo? Por tanto, no son los objetivos o indicaciones que perseguimos con la técnica o el procedimiento en sí.

Pueden ser de dos tipos:

-Generales. Marcan la situación, de forma general, que se espera tras la aplicación del protocolo.

-Específicos: detallan, desglosan y definen con mayor precisión las metas que se pretende alcanzar.

- **Población objetiva:** ¿Quién y en qué condiciones va a recibir la técnica, procedimiento o proceso que estoy protocolizando?, ¿son todos los pacientes, hay criterios de inclusión y exclusión?
- **Personal que interviene:** Todo el personal que debe participar para la realización de la técnica, procedimiento o proceso tal cual se describe a lo largo del protocolo.
- **Material:** Todo aquello que vamos a necesitar durante el proceso.

- **Términos y definiciones:** Se trataría de definir aquellos términos específicos o siglas utilizadas en el protocolo que puedan ayudar a los destinatarios a su correcto entendimiento y aplicación.
- **Ejecución:** Se describirán secuencialmente, siguiendo una lógica temporal, las distintas actividades a realizar para el desarrollo del proceso técnico del protocolo, indicando de forma explícita.

La realización de protocolos y de cualquier tipo de documento que trate de estandarizar el comportamiento y la conducta de las personas que están realizando el servicio, deberá ser científicamente respaldado, pues de esta manera será posible lograr que el servicio brindado al paciente o cliente sea el adecuado.

2.3.-Marco conceptual

- **Paciente Ambulatorio:** Paciente que requiere ser atendido en el área de consulta externa, incluyendo los diversos procedimientos ambulatorios como: radiología, radio terapia, oncología, etcétera.(Landa García & Parrilla Paricio, 2009)
- **“Mejora continua”** se define como *“un proceso de pequeños cambios que se dan de manera continua con miras a la desaparición o disminución de desperdicios, en el cual participan todos los miembros de la organización y cuyo principio está basado en el sentido común, con el objetivo de lograr la excelencia”* (Alvarado, Morales,& Bustos, 2012; página 159).
- **Cliente** *“como la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual”*(Definición.de, 2008).
- **“Calidad técnica”** se expresa como el cumplimiento estricto de todos los protocolos y requisitos de atención(Otero & Otero I, Gerencia en odontología. Tomo 2 Ética y Marketing, 2002).
- **“Calidad funcional”** como la persona percibe que es atendida por parte del personal del establecimiento(Otero & Otero I, Gerencia en odontología. Tomo 2 Ética y Marketing, 2002).

- **Calidad de atención** *“es la aplicación de la ciencia y la tecnología médicas en forma tal que maximice los beneficios de la salud de la población sin aumentar en forma proporcional sus riesgos”* Avedis Donabedian (1980).

3.-Hipótesis

La percepción de la calidad de atención en el servicio ambulatorio de “Northospital, influiría en la satisfacción del paciente, como estrategia para garantizar su sistema de atención al cliente en el área investigada.

4.-Matriz de operacionalización

TABLA N°6: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA/ TÉCNICAS
Calidad de atención	Tangibilidad	Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la tecnología de los equipos médicos para los diagnósticos y tratamientos ha sido.
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la apariencia(limpieza y uniforme) del personal ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si las indicaciones (señalizaciones) para orientarse y saber dónde ir en el hospital ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si el estado en que están las habitaciones del hospital (apariencia, comodidad) ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la facilidad para llegar al hospital ha sido
	Fiabilidad	Encuesta para determinar el número de personas que perciben si el interés del personal por cumplir

		lo que promete ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si el interés del personal por solucionar los problemas de los pacientes ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la información que los médicos proporciona ha sido
	Capacidad de respuesta	Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la disposición del personal para ayudarlo cuando lo necesita ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la información que los médicos dan a los familiares ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la rapidez con que consigues lo que se necesita o se pide ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la puntualidad de las consultas médicas ha sido
	Seguridad	Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la preparación del personal (capacitación) para realizar su trabajo ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la amabilidad (cortesía) del personal en su trato con la gente ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas que perciben si la confianza (seguridad) que el personal transmite a los pacientes ha sido
	Empatía	Encuesta para determinar el número de personas que perciben si el trato personalizado que se da a los pacientes ha sido
		Encuesta para determinar el número de personas

		que perciben si el interés del personal de enfermería por los pacientes ha sido.
		Encuesta para determinar el número de personas de sexo masculino
Sexo	Masculino	Encuesta para determinar el número de personas de sexo femenino
	Femenino	Encuesta para determinar el número de personas con nivel de instrucción primaria incompleta
Nivel de Instrucción	Primaria	Encuesta para determinar el número de personas con nivel de instrucción primaria.
	Secundaria	Encuesta para determinar el número de personas con nivel de instrucción secundaria.
	Superior	Encuesta para determinar el número de personas con nivel de instrucción superior.
	Posgrado	Encuesta para determinar el número de personas con nivel de instrucción posgrado.

5.-Procedimiento marco metodológico

El presente estudio tiene un enfoque cualitativo debido a que se levantara información que permita diagnosticar la situación actual de la atención al paciente en el servicio ambulatorio de “Northospital”, el universo del estudio serán todos los pacientes que asistieron a su atención médica en el servicio ambulatorio durante el periodo del mes de febrero e inicio del mes de marzo del año en curso, de este nosocomio privado ubicado en el sector norte de Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación fue de tipo observacional, analítica, de corte transversal y descriptiva; ya que se identificó la percepción de atención al cliente por el paciente al momento de su visita al hospital, se analizó por medio del cuestionario de SERQHOS la información generada, se desarrolló la investigación en el periodo comprendido en el mes de febrero y marzo del año 2015. Se describió de manera cualitativa las mejoras que se pudieron establecer en relación al diagnóstico situacional encontrado y que por medio del Plan de Mejora en Northospital, se promoverá una cultura de atención al

cliente satisfactoria que permita generar réditos económicos mediante la estrategia propuesta en la presente investigación.

5.1.-Metodología

a) Fuentes, Técnicas e Instrumentos:

Fuentes Primarias: Los datos se obtendrán del universo estudiado que son los clientes internos y externos de Northospital, según los criterios de inclusión y exclusión presentados en la metodología.

Fuentes Secundarias: La información se obtendrá de la revisión bibliográfica en libros, artículos científicos, publicaciones de internet y documentación que valide el tema a tratar en la investigación.

b) Técnicas: Las técnicas de recolección de datos que se utilizarán en este estudio serán:

- **La encuesta:** se aplicó la encuesta SERVQHOS para medir la satisfacción del cliente en los servicios de salud, la misma que fue adaptada y validada en la población objetivo. Dicho instrumento calificó las expectativas del cliente externo en relación a la satisfacción del mismo en “Northospital”.

c) Universo: En Northospital, se trabajó con todos los clientes externos del mismo que fueron todos los pacientes que asistieron al servicio ambulatorio en las diferentes especialidades de este hospital, en los meses de Febrero y Marzo

d) Muestra: según la fórmula se estableció que el número de muestra es de 300, teniendo una población un total de 1368 personas.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Criterios de Inclusión: Cliente Externo: Son los pacientes que asistieron al servicio ambulatorio en las especialidades de pediatría, ginecología, medicina interna, psicología, psiquiatría, cirugía, oftalmología, endocrinología, odontología, cardiología neurocirugía, neurología de Northospital, y que no tengan limitaciones auditivas, visuales y verbales.

d) Plan de Análisis de la Información

Se tabularán los datos obtenidos de cada encuesta aplicada a cada cliente externo de Northospital, este proceso se basará en la forma de procesamiento de la información de la escala likert, pues el modelo de encuesta está desarrollado de esta manera. SERVQHOS es el modelo empleado pues permite medir la percepción de la calidad vs. la expectativa del paciente/cliente de la atención en un servicio hospitalario.

Posterior mente se utilizará el coeficiente de “*alfa de cronbach*” para determinar el grado de confiabilidad de la herramienta, luego gracias al cruce de variables mediante la prueba estadística del “*chi-cuadrado*” se determinará el grado de asociación entre variables gracias al valor de probabilidad.

Luego conjuntamente con la información obtenida y los resultados encontrados, se realizará el diseño de protocolos de atención al cliente para la elaboración del Plan de Mejora para Northospital.

6.-Análisis de Resultados

6.1.-Resumen

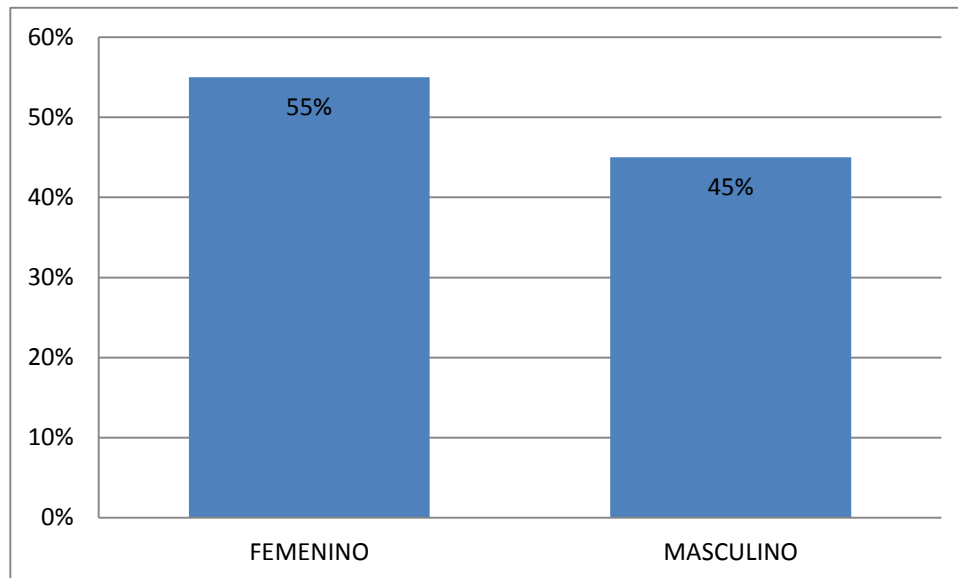
En el siguiente texto se encuentran los gráficos obtenidos de la tabulación realizada de los datos recopilados en el mes de Febrero y Marzo del año 2015. Cada uno de los gráficos tiene su análisis respectivo, en la parte final se encuentra varias tablas las cuales muestran el cruce de variables utilizando la herramienta del “*chi-cuadrado*”, donde el valor de probabilidad muestra si existe asociación entre variables.

Empezando por la variable sexo los resultados muestran que en la investigación existieron más mujeres encuestadas que hombres, siguiendo con la variable de nivel de instrucción la cual muestra que dentro de la población investigada la mayor parte de encuestados eran de nivel de instrucción secundario y la total ausencia de personas con nivel de instrucción de posgrado.

Las siguientes variables son dimensiones que permiten la tabulación de la percepción de la calidad del paciente/cliente, donde se encuentra la dimensión de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Cada una de las dimensiones consta con su calificación promedio y su análisis respectivo por pregunta realizada. En conjunto las dimensiones mostraron que la percepción de calidad es positiva, sin embargo la constante evidencia de porcentajes negativos en las preguntas denotan que a pesar de que la percepción de calidad es positiva existe una falta de constancia en la misma, es decir que en el 100% del tiempo existe una calidad de atención variable, la que puede llegar a ser negativa o positiva.

6.2.-Resultados:

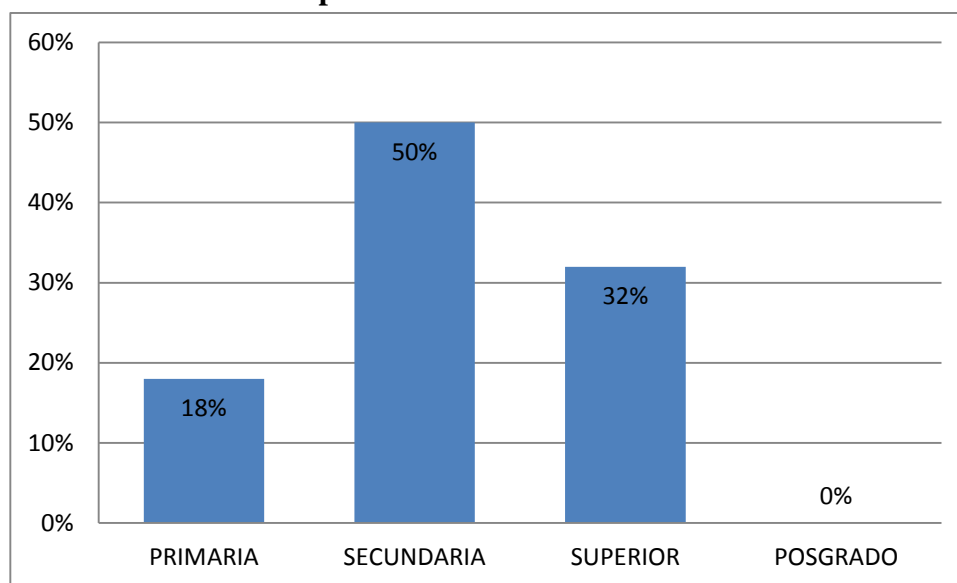
Grafico N°1: Distribución porcentual de la población investigada según sexo



Elaborado por: Sergio Villegas

Según el censo poblacional realizado en el año 2010 indica que la población ecuatoriana presenta un total de 49.56% del a población es de sexo masculino, entendiéndose a sexo masculino, y que el 50.44% de la totalidad de la población es de sexo femenino, entendiéndose a sexo femenino a , en comparación al presente estudio donde el valor porcentual es de 45% sexo masculino y un 55% de sexo femenino, denotando que existe una constante diferenciación entre ambos sexos y una caracterización similar a los datos presentados por el INEC con lo que respecta el porcentaje entre ambos sexos(INEC, 2010).

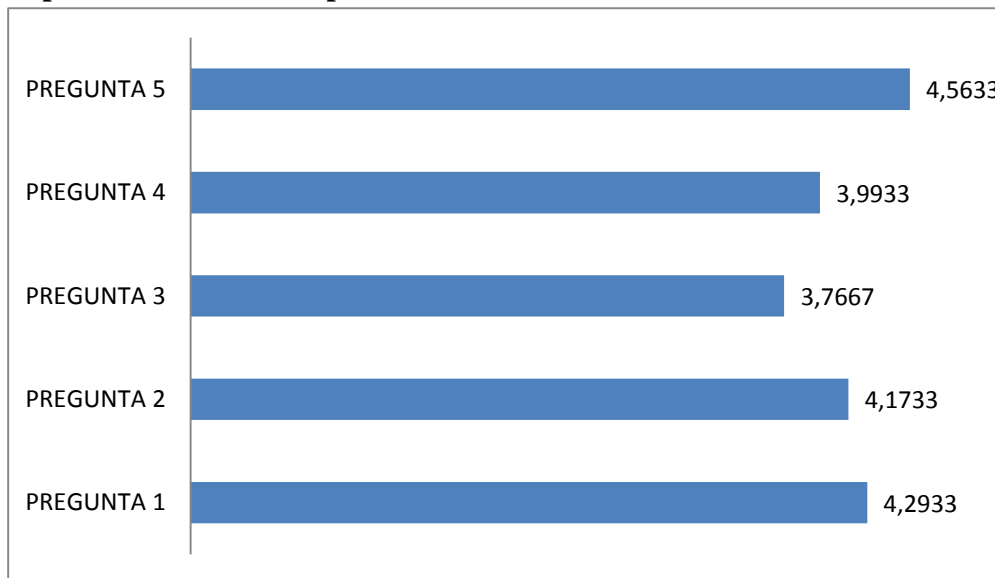
Gráfico N°2: Distribución porcentual del nivel de instrucción de los pacientes en el área ambulatoria de Northospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Nivel de instrucción se define como el grado de educación más alto completado, dentro de los niveles de educación cursados, dentro del sistema de educación del país al cual corresponda; según el Centro de innovación en tecnología y pedagogía(Centro de innovación en tecnología y pedagogía). Con lo que respecta al nivel de instrucción perteneciente a los diferentes sujetos encuestados, población investigada el presente grafico muestra que el 50% por ciento del total de encuestados poseen un nivel de instrucción secundaria es decir que han concluido la educación secundaria en su totalidad. El siguiente porcentaje más alto corresponde al nivel de instrucción superior el mismo que muestra un valor porcentual de 32% y finalmente con un valor del 18% el nivel de instrucción primaria. Cabe recalcar que existió la opción de posgrado pero no hubo ningún participante que haya tenido dicho nivel de instrucción. Se tomó en cuenta la variable debido a que en el documento titulado “¿Qué es calidad en salud?” (2002), los doctores Jaime Otero M. y Jaime I Otero I; aseveran que como el cliente es juez y testigo del servicio ofertado, poseen la libertad de decidir y juzgar, sin embargo este juicio se ve influenciado por varias circunstancias, una de ellas es el nivel de instrucción el cual influye en la exigencia por parte del cliente frente al servicio obtenido(Otero & Otero I, ¿Qué es calidad en salud?, 2002).

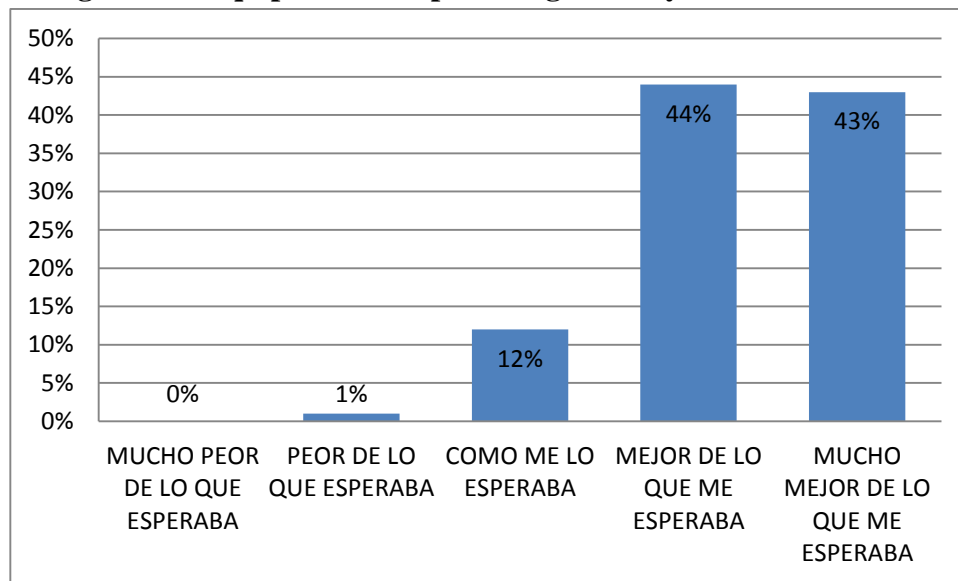
Gráfico N°3: Puntuación nominal sobre la Percepción de Tangibilidad en relación a la apariencia de instalaciones, equipos, empleados y materiales de comunicación por los pacientes de Northospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Tangibilidad es la dimensión que mide la apariencia de instalaciones, equipos, empleados y materiales de comunicación. Este grafico muestra una perspectiva general con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor que evidencia la calificación promedio da cada pregunta en una perspectiva general. La percepción expuesta por la población estudiada muestra mediante estos resultados que a nivel general la apariencia de equipos médicos, uniforme (apariencia), y la facilidad para llegar al hospital han logrado desarrollar una percepción positiva la cual está evaluada como “mejor de lo que me esperaba”. Sin embargo con lo que respecta a la apariencia del estado de habitaciones o consultorios y las señalizaciones para guiarse y saber dónde ir han logrado que la percepción de la muestra las califique con “como lo esperaba” la misma que representa algo negativo dentro de este servicio de salud(SERVQUAL).

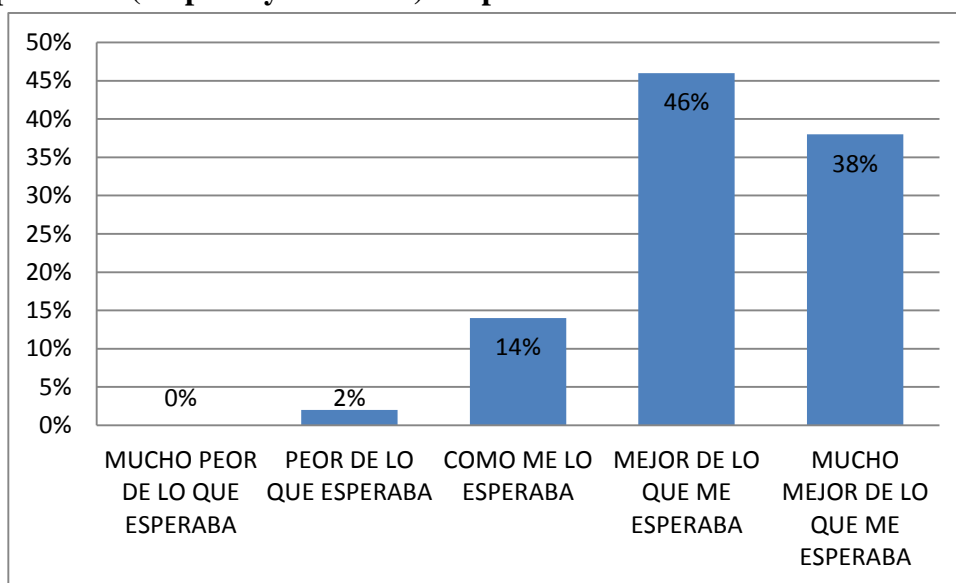
Gráfico N°4: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a la tecnología de los equipos médico para diagnóstico y tratamientos.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°4, muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. Con un 12% la percepción de los pacientes sobre la tecnología de los equipos médico para diagnóstico y tratamientos ha sido como los esperaban lo cual denota que las instalaciones y objetos tangibles molestan a los pacientes. Sin embargo existe un 87% que califica su percepción como mejor y mucho mejor de lo que me esperaba lo cual concluye que en el 87% de la población encuestada tiene una percepción positiva.

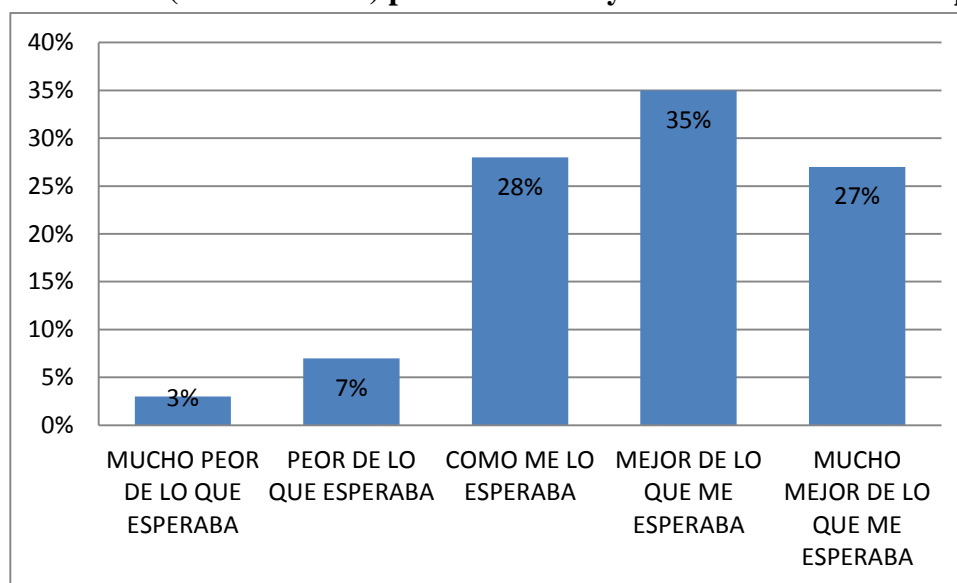
Gráfico N°5: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a la apariencia (limpieza y uniforme) del personal.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°5 muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. En presente grafico muestran valores como 84% pertenecientes a la calificación “Mucho mejor de la que me esperaba” y “mejor de lo que me esperaba” como resultado la precepción positiva con respecto a la apariencia (limpieza y uniforme) del personal teniendo en cuenta que la Real Academia de la Lengua define a uniforme como *“traje peculiar y distintivo que por establecimiento o concesión usan los militares y otros empleados o los individuos que pertenecen a un mismo cuerpo o colegio”*. Cabe recalcar que existe un 16% de encuetados que poseen una percepción negativa con respecto a la pregunta lo cual nos da una pauta sobre las fallas que los clientes si están notando durante el transcurso del servicio en el hospital.

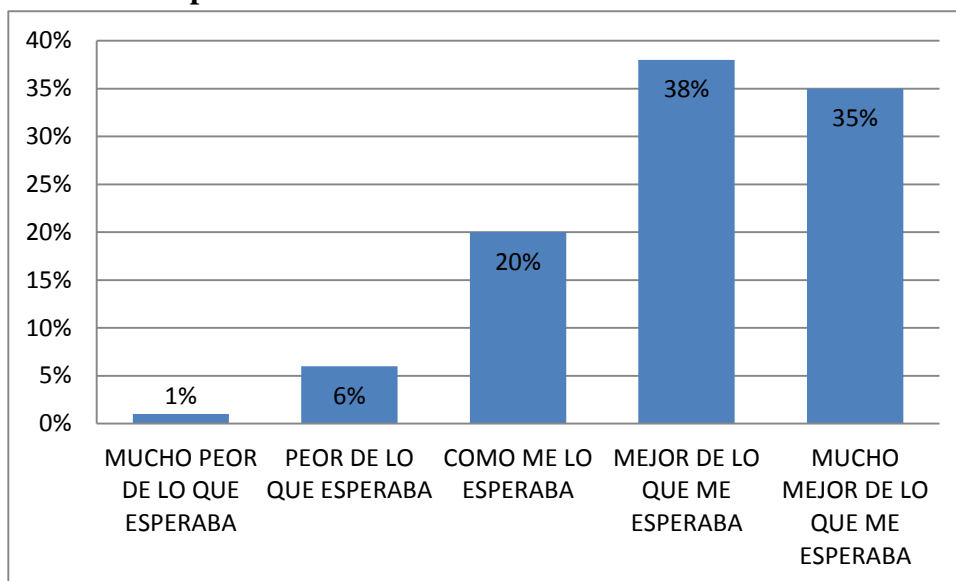
Gráfico N°6: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a las indicaciones (señalizaciones) para orientarse y saber dónde ir en el hospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°6 muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. En el grafico se muestran porcentajes como del 10% el cual muestra una percepción negativa y permite inferir que la percepción de los pacientes con respecto a las indicaciones (señalizaciones) para orientarse y saber dónde ir en el hospital es deficiente, entendiéndose a señal como “marca o nota que se pone o hay en las cosas para darlas a conocer y distinguirlas de otras” según la Real Academia de la Lengua. Por otro lado existe un 28% que percibe esta pregunta de una manera intermedia. Sin embargo con el 62% los pacientes califican de manera positiva dejando en claro que su percepción es mejor y mucho mejor de lo que esperaban, lo que evidencia que la orientación basada en la señalética afirma una correcta distribución de las áreas de Northospital.

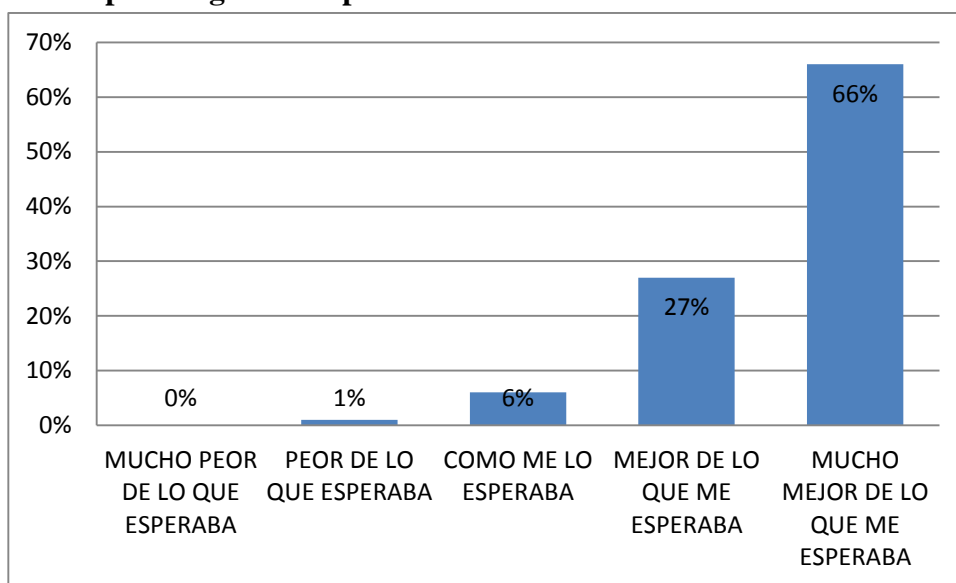
Gráfico N°7: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación al estado de apariencia y comodidad en que se encuentran las habitaciones y consultorios del hospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°7, muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. En la cuarta pregunta se cataloga a la percepción sobre el estado en que están las habitaciones y consultorios del hospital (apariencia, comodidad). Con el 73% califica su percepción sobre esta pregunta como “mucho mejor de lo que me esperaba” y “mejor de lo que me esperaba”, a pesar que la gran mayoría de encuestados posee una perspectiva positiva sobre este tema, existen porcentajes como son 7% y 20% que muestran una calificación negativa y neutral respectivamente, esto hace pensar que existen encuestados que para los clientes la apariencias de habitaciones y consultorios no logro satisfacer la necesidad existente por parte de ellos.

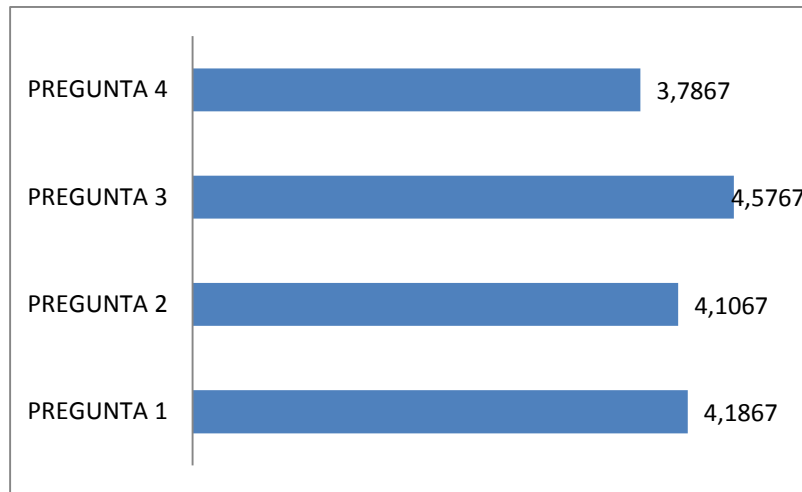
Gráfico N°8: Distribución porcentual de la Percepción de Tangibilidad en relación a la facilidad para llegar al hospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°8 muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. En la tercera pregunta se muestran valores correspondientes a la percepción del usuario acerca de la facilidad para llegar al hospital. El resultado obtenido muestra que existe un 93% que encuentra al hospital y su localización mejor y mucho mejor de lo que me esperaba lo que muestra que casi en su totalidad la muestra posee una percepción positiva. Debido a que la localización de las instalaciones de Northospital se encuentra en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito y en una de las arterias principales de la Ciudad como lo es la Avenida De la Prensa y Vaca de Castro.

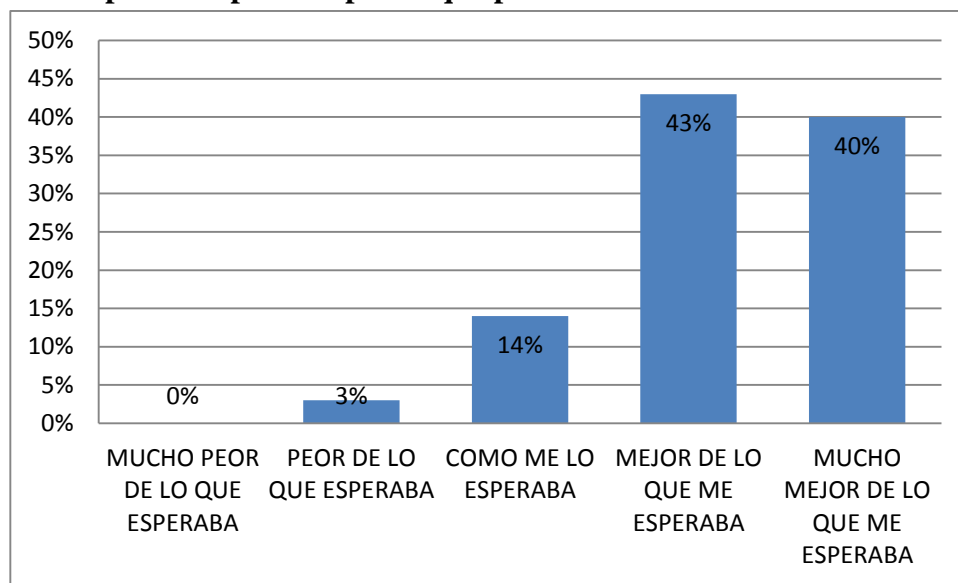
Gráfico N°9: Puntuación nominal sobre la Percepción de Fiabilidad de los pacientes de Northospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Fiabilidad es la dimensión que mide la habilidad de prestar el servicio tal como se ha prometido con error cero, lo que implica ofertar un producto de calidad (servicio de salud). Este grafico muestra la perspectiva general con respecto a las diferentes calificaciones promedio da cada pregunta. El gráfico N°9, muestra que la percepción de la población estudiada de la pregunta cuatro, que mide el tiempo de espera para ser atendido por un médico, se obtuvo la mayor calificación “como me lo esperaba” lo que refleja que los pacientes esperan un tiempo prudente si es necesario para ser atendido. Con respecto al resto de preguntas las cuales miden el interés del personal por cumplir lo que prometen, interés por solucionar los problemas de los pacientes y la información que los médicos proporcionan poseen un calificación promedio de 4, lo que indica que la percepción de los pacientes es “mejor de lo que me esperaba”(SERVQUAL).

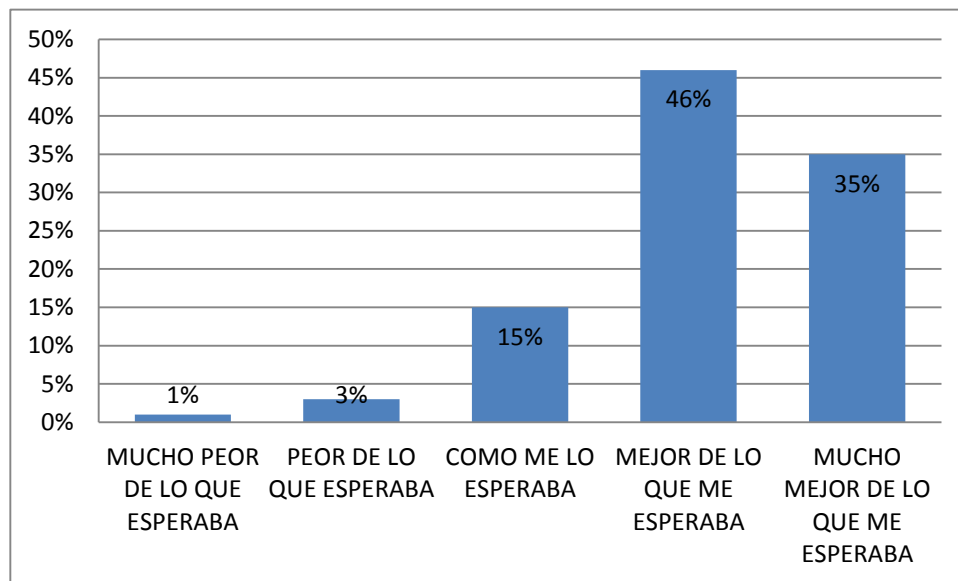
Gráfico N°10: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación al interés del personal por cumplir lo que promete.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°10, se muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor porcentual que refleja la puntuación de la pregunta. Los valores pertinentes a la calificación sobre la percepción de los usuarios sobre el interés del personal por cumplir lo que promete. El porcentaje de 83% correspondiente a “mucho mejor de lo que me esperaba” y “mejor de lo que me esperaba” muestra que la percepción sobre esta pregunta es total mente positiva y el personal que opera en las instalaciones logra cumplir con lo que se promete. Sin embargo existe un 17% que posee una percepción negativa y neutral sobre esto, lo que no influye en las respuestas positivas obtenidas.

Gráfico N°11: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación al interés del personal por solucionar los problemas de los pacientes.

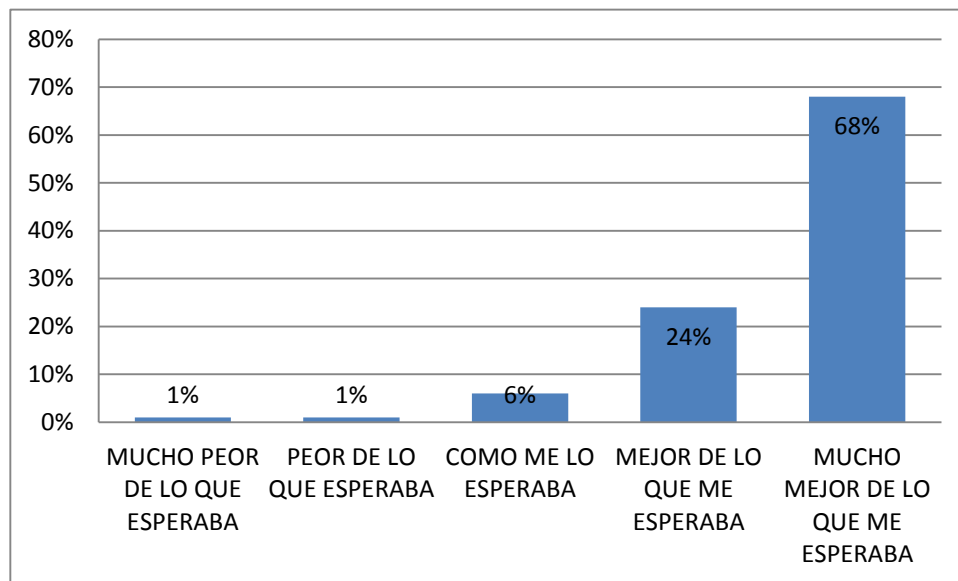


Elaborado por: Sergio Villegas

El gráfico N°11, muestra una perspectiva específica con respecto a la calificación de la pregunta 2.

En la segunda pregunta se muestran valores correspondientes a la percepción de los usuarios sobre el interés del personal por solucionar los problemas de los pacientes. Resultado que evidencia que el 81% de encuestados percibieron de manera positiva que el personal les mostró interés en solucionar cualquier tipo de inconvenientes durante la atención, por otro lado alrededor el 4% restante de respuestas negativas son dispersas en relación al resultado positivo.

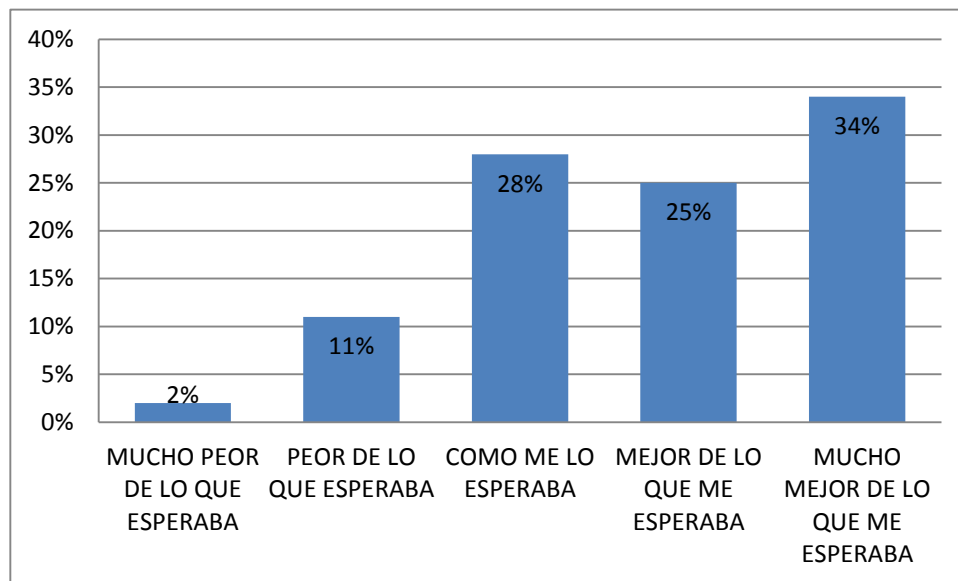
Gráfico N°12: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación a la información que los médicos proporcionan.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°12, cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. En la tercera pregunta se muestran valores que evalúan la percepción del usuario frente a la información que otorga el médico al paciente, se distingue que alrededor del 92% de los encuestados posee una percepción totalmente positiva.

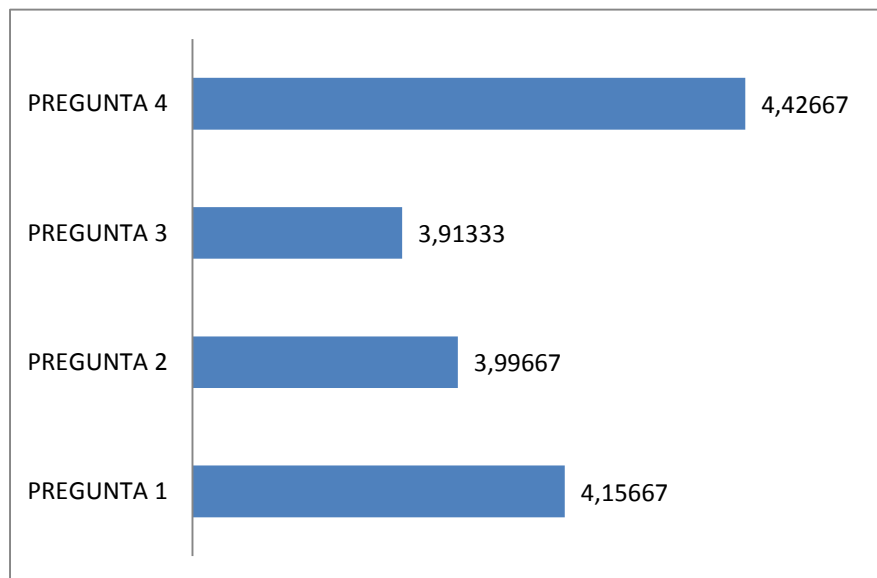
Gráfico N°13: Distribución porcentual de la Percepción de Fiabilidad en relación al tiempo de espera para ser atendido por un médico.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°13, cada número es un valor porcentual que refleja la calificación de la pregunta. En la cuarta pregunta se reflejan varios valores diferentes los cuales evalúan la percepción de los usuarios sobre el tiempo de espera para ser atendido por un médico. Los valores resultantes muestran que el 59% de encuestados califica su percepción positiva frente al tiempo de espera antes de la atención médica. Pero con un 28% tenemos una calificación neutral la cual no refleja que el servicio se destaque, el 13% restante mantiene la percepción negativa. El resultado nos muestra que para cada proceso de atención el tiempo varía según el mismo, y reflejará esto en resultado.

Gráfico N°14: Puntuación nominal sobre la percepción de la capacidad de respuesta; por los empleados hacia los pacientes de Northospital

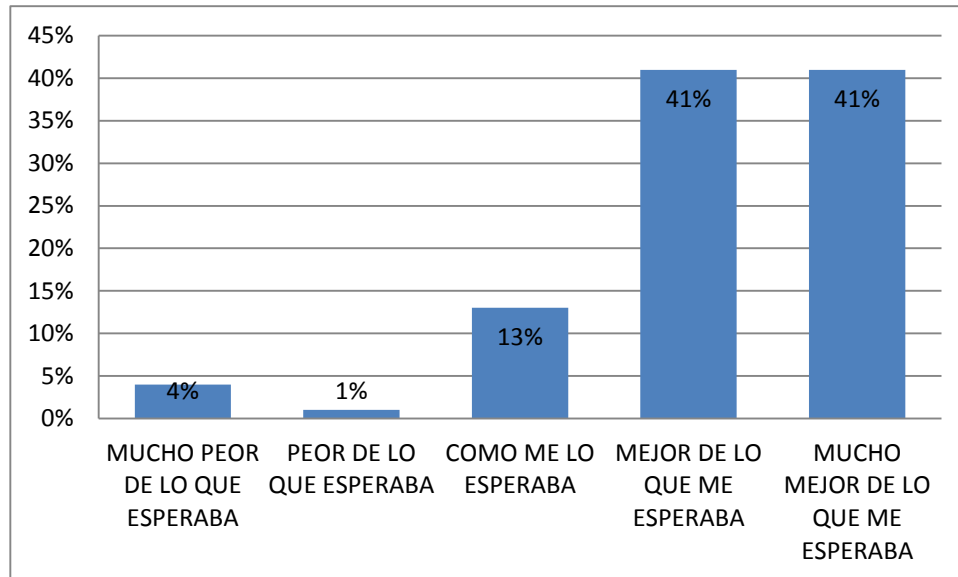


Elaborado por: Sergio Villegas

Capacidad de respuesta es la dimensión que mide el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. Prestar el servicio de forma ágil. Este grafico muestra una perspectiva general con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión(SERVQUAL).

El gráfico N°14 nos da como resultado que preguntas como “la rapidez con que consigues lo que necesitas” y “la puntualidad de las consultas médicas” correspondiendo a las preguntas 2 y 3 respectivamente poseen una calificación promedio de 3,9 que es “como me lo esperaba”. Las preguntas 4 y 1 poseen una calificación promedio de 4 mostrando que la disposición del personal para ayudarlo cuando lo necesita y la información que los médicos dan a los familiares es “mejor de lo que me esperaba”.

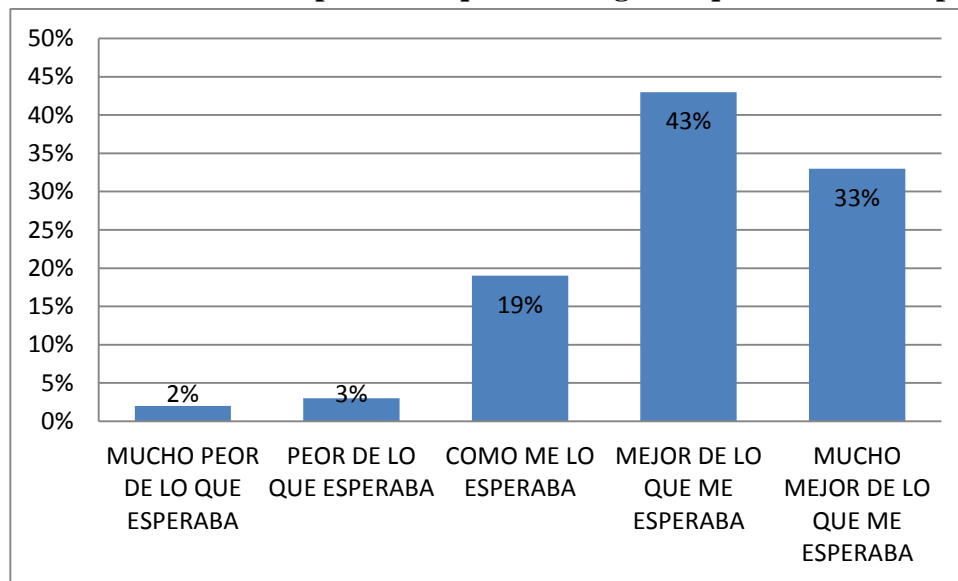
Gráfico N°15: Distribución porcentual de la Percepción de Capacidad de Respuesta en relación a la disposición del personal para ayudar al paciente cuando lo necesite.



Elaborado por: Sergio Villegas

El gráfico N°15, evidencia que la primera pregunta muestra valores que representan la percepción del usuario sobre la disposición del personal para ayudarlo cuando lo necesita, donde claramente se destaca el 82% el mismo que muestra que la percepción del paciente ha sido calificada como “mucho mejor de la me esperaba” y “mejor de lo que me esperaba” lo que nos da como resultado, que la percepción del encuestado frente a esa predisposición del personal para ayudar es plenamente positiva. Por otro lado siguen existiendo valores totalmente bajos como del 5% que traducido a un número lo cual sugiere que alrededor de 12 personas tienen una percepción negativa sobre la disposición del personal para ayudarlo.

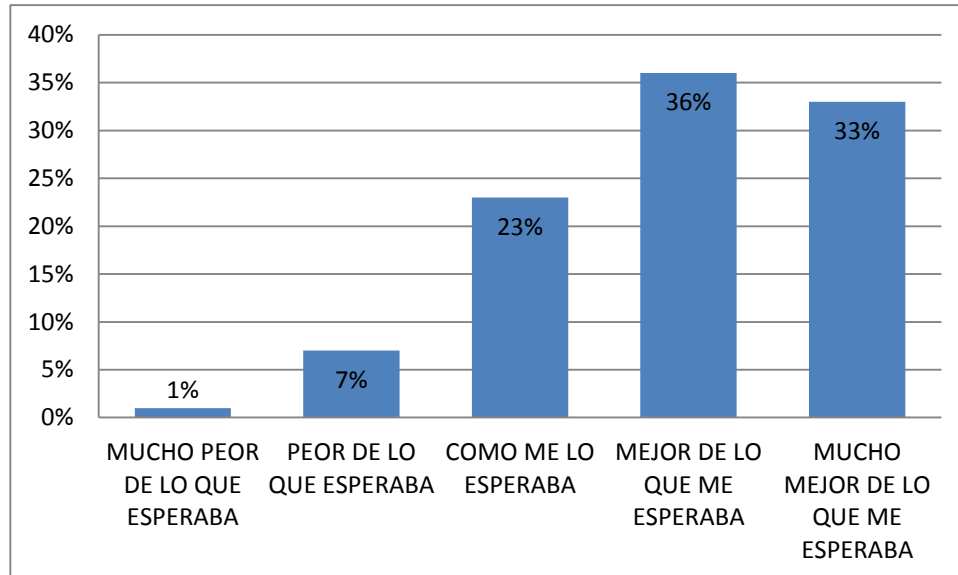
Gráfico N°16: Distribución porcentual de la Percepción de la Capacidad de Respuesta en relación a la rapidez con que se consigue lo que se necesita o pide.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°16, éste. La segunda pregunta evalúa la percepción de los usuarios sobre la rapidez con que se consigue lo que se necesita o pide. Los resultados con un 76% de los pacientes encuestados, calificaron a su percepción de manera positiva lo que muestra que si los pacientes llegaran a tener la necesidad de solicitar un servicio la respuesta de los empleados seria la oportuna. Con un 5% correspondiente a la calificación negativa, se evidencia que sus requerimientos no son atendidos de manera eficiente, mostrando así una inconstancia en el servicio.

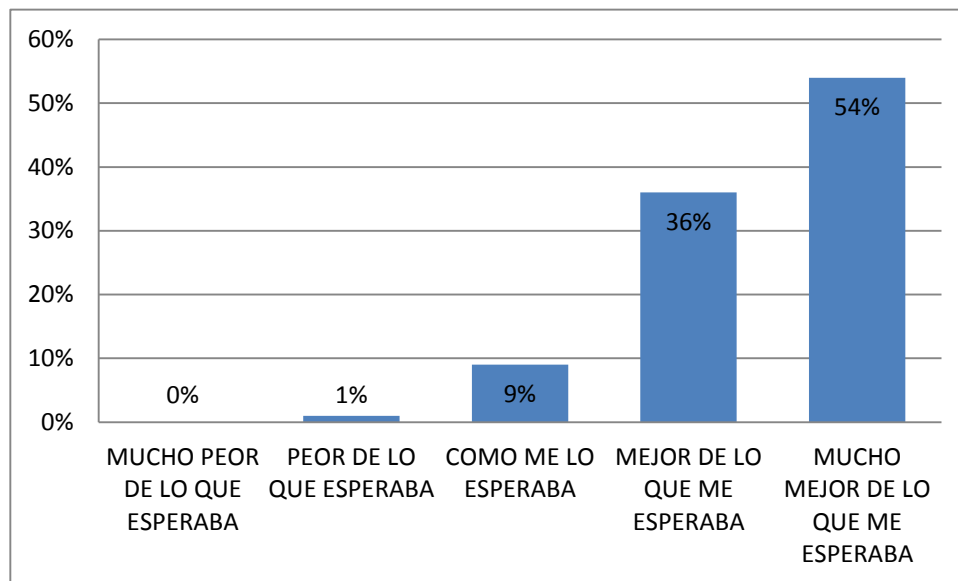
Gráfico N°17: Distribución porcentual de la Percepción de Capacidad de Respuesta en relación a la puntualidad en las consultas médicas.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°17, la tercera pregunta trata sobre la percepción de los usuarios sobre la puntualidad de las consultas médicas, los resultados muestran que el 69% de la población encuestada posee una calidad totalmente positiva, es decir que existe puntualidad en las consultas médicas a las que asistieron durante el periodo evaluado en esta investigación. Pero con un 8% de percepciones negativas, denota que atención al cliente no es uniforme.

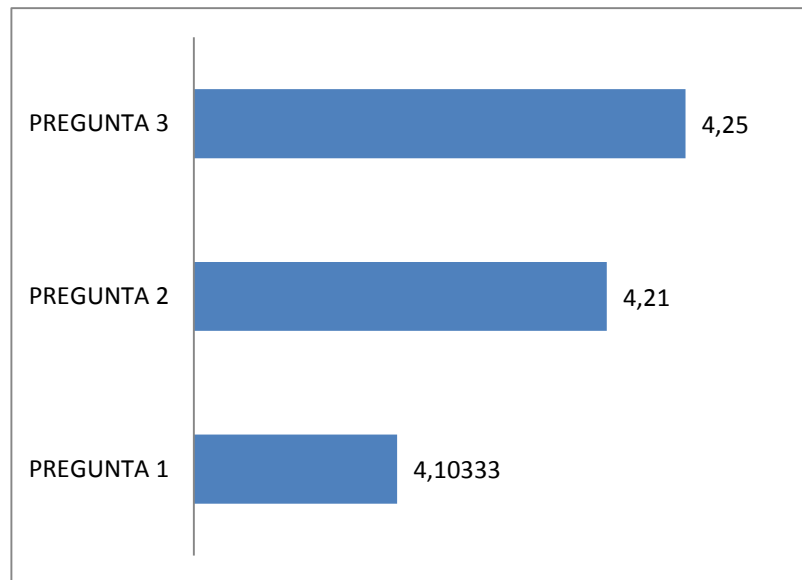
Gráfico N°18: Distribución porcentual de la Percepción de Capacidad de Respuesta en relación a la información que los médicos dan a los familiares.



Elaborado por: Sergio Villegas

El gráfico N°18, la cuarta pregunta se muestran valores que evalúa a la percepción de los usuarios y familiares sobre la información que los médicos dan a los familiares, los resultados muestran que dentro del 90% de encuestados calificaron según su percepción de forma positiva, lo cual logra evitar cualquier tipo de confusión o duda por parte de familiares al momento del contacto con los médicos. Existe un 1% el cual muestra que no les parece fuera de lo normal la información dada a los familiares.

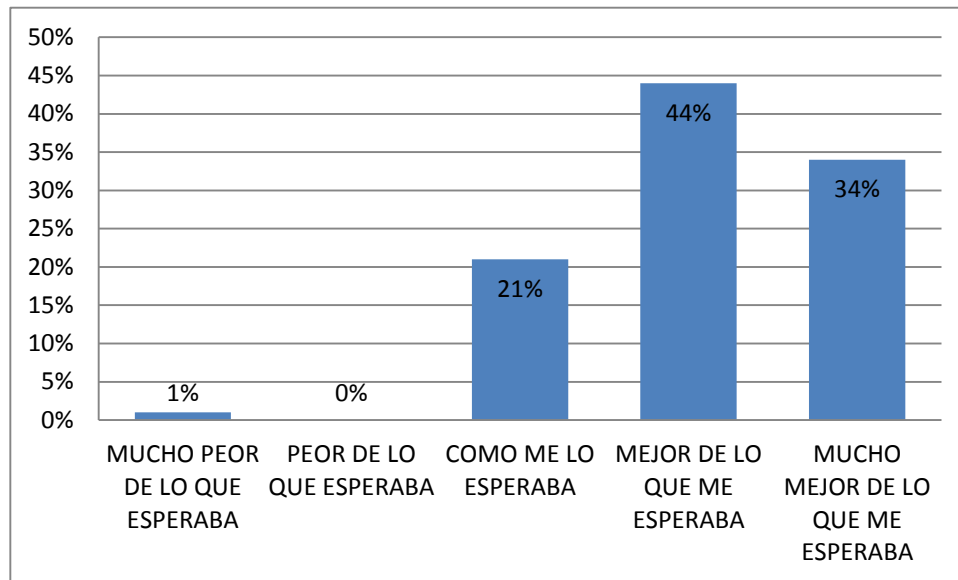
Gráfico N°19: Puntuación nominal sobre la Percepción de Seguridad en relación al conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente por los pacientes de Northospital.



Elaborado por: Sergio Villegas

Seguridad es la dimensión que mide la percepción del paciente con respecto al conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente (SERVQUAL). Este gráfico muestra una perspectiva general con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Los resultados en el gráfico N°19, muestran que las tres preguntas cuentan con una calificación de 4 lo cual corresponde a “mejor de lo que me esperaba” las mismas que miden “la preparación del personal para realizar su trabajo”, su “amabilidad del personal en su trato con la gente” y la “confianza que el personal transmite a los pacientes”.

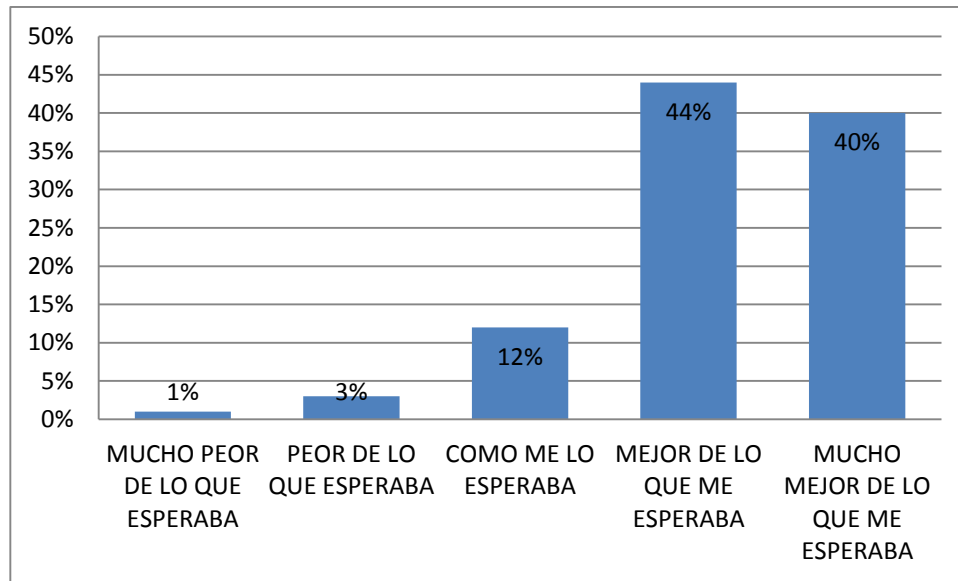
Gráfico N°20: Distribución porcentual de la Percepción de Seguridad en relación a la preparación del personal (capacitación) para realizar su trabajo.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°20, la primera pregunta trata sobre percepción de los usuarios sobre la preparación del personal (capacitación) para realizar su trabajo. Los resultados arrojados por la tabulación muestran que el 78% de la población investigada logran percibir que el personal que atiende está capacitado para realizar su trabajo de manera eficiente, sin embargo existe un 1% de encuestados que percibe que el personal está capacitado pero no en su totalidad y que de cierta manera carece de ciertas capacidades para brindar el servicio requerido.

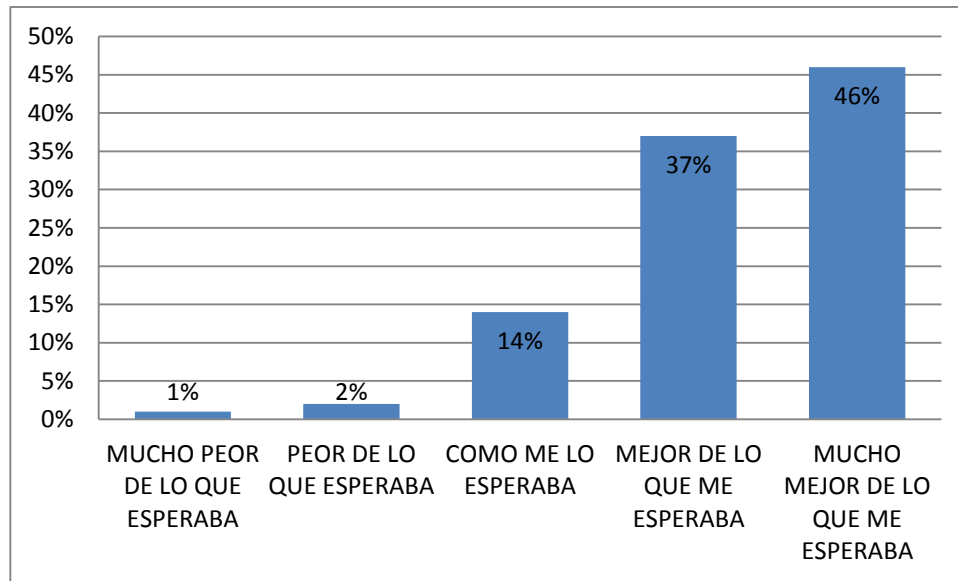
Gráfico N°21: Distribución porcentual de la Percepción de Seguridad en relación a la amabilidad (cortesía) del personal en su trato con la gente.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°21, en la segunda pregunta se muestran valores que evalúan la percepción del usuario sobre la amabilidad (cortesía) del personal en su trato con la gente. El 84% de los encuestados han correspondido con una respuesta totalmente positiva denotando que el trato con las personas es de manera cordial y amable en todo momento haciendo que el servicio brindado sea un producto bueno. Por otro lado con el 4% la población encuestada muestra que su percepción no es positiva lo que evidencia una falta de cordialidad o que existen empleados que no logran brindar un servicio amable.

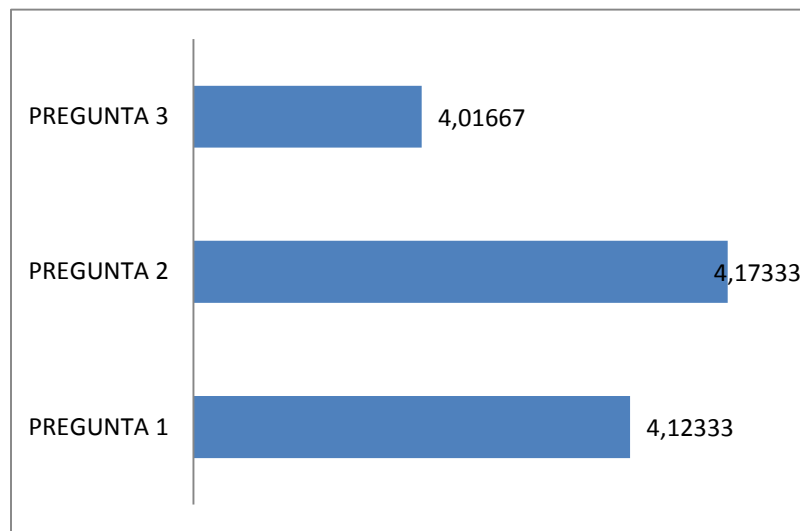
Gráfico N°22: Distribución porcentual de la Percepción de Seguridad en relación a la confianza (seguridad) que el personal transmite a los pacientes.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°22, la tercera pregunta evalúa la percepción del usuario sobre la confianza (seguridad) que el personal transmite a los pacientes. Con una calificación de mejor y mucho mejor de lo que me esperaba” el 83% de la población posee una percepción positiva logrando evidenciar que los empleados del hospital si logran transmitir esa confianza con el paciente. Sin embargo la calificación, “peor de lo me esperaba” y “mucho peor de lo que me esperaba” tiene un porcentaje del 3% siendo un aviso que la confianza transmitida para algunas personas es deficiente.

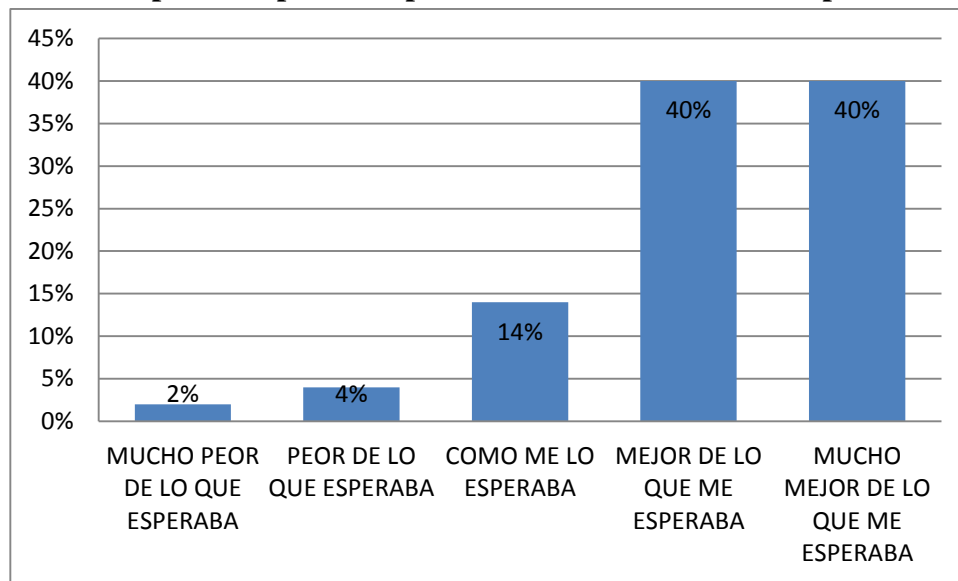
Gráfico N°23: Puntuación nominal sobre la Percepción de Empatía por los pacientes de Northospital



Elaborado por: Sergio Villegas

Empatía es la dimensión que mide la percepción de los pacientes con respecto a la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro (SERVQUAL). Este gráfico muestra una perspectiva general con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. Cada número es un valor que evidencia la calificación promedio de cada pregunta en una perspectiva general. En el gráfico N°23, las preguntas como “capacidad del personal para comprender las necesidades de los pacientes”, el “trato personalizado” y “el interés del personal de enfermería por los pacientes” han tenido como calificación promedio el valor de 4 el cual corresponde a “mejor de lo que me esperaba”

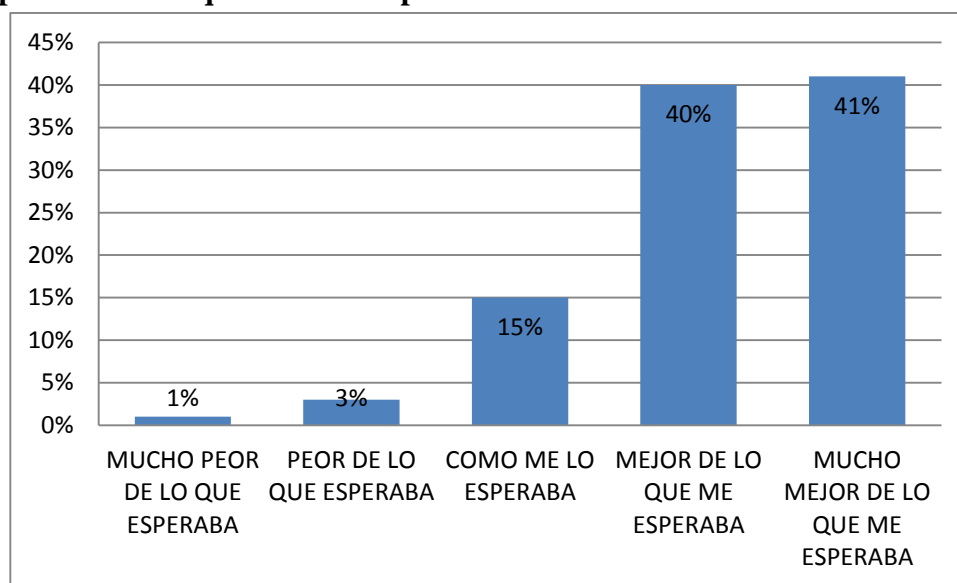
Gráfico N°24: Distribución porcentual de la Percepción de Empatía en relación a la capacidad del personal para comprender las necesidades de los pacientes.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°24, muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión, la primera pregunta se muestran valores los cuales evalúan la percepción de la calidad de los usuarios sobre la capacidad del personal para comprender las necesidades de los pacientes. Los valores presentan una apreciación del 80% y muestran que los usuarios y familiares tuvieron una percepción de la calidad que supero sus expectativa y contribuyó con su experiencia dentro del hospital. Por otro lado existió un 6% en el cual el servicio ofertado no defraudo ni tampoco complació en su totalidad la percepción de los usuarios.

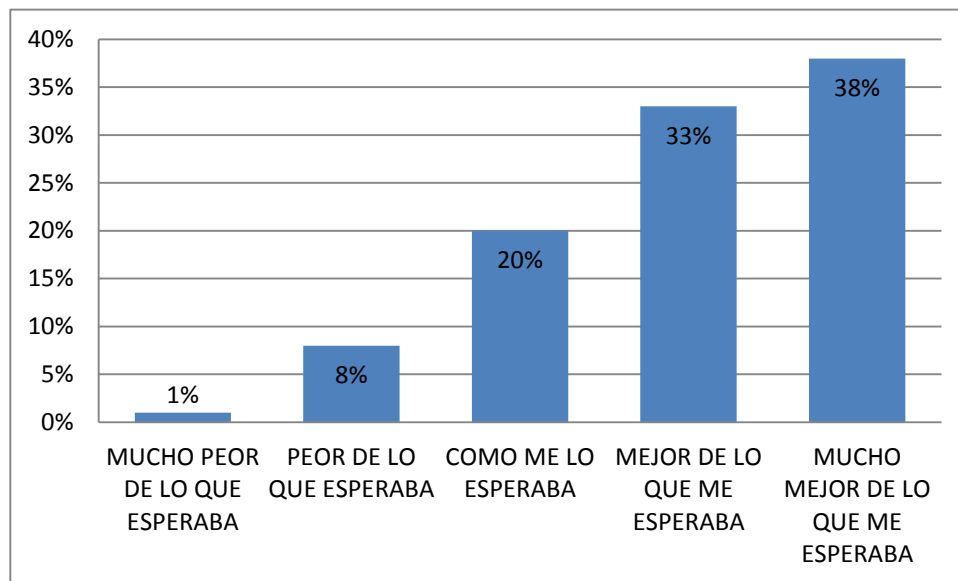
Gráfico N°25: Distribución porcentual de la Percepción de Empatía en relación al trato personalizado que se da a los pacientes.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°25, se muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión, en la segunda pregunta se presentan valores acerca de la percepción de los encuestados sobre el trato personalizado que se da a los pacientes. Tenemos como resultado que con un 81% los usuarios calificaron como “mucho mejor de lo que me esperaba” y “mejor de lo que me esperaba”, mostrando así que el trato personalizado del hospital frente a los pacientes genera una percepción positiva. Por otro lado existe un 4% que tuvieron una percepción negativa lo cual evidencia que la calidad de atención en el servicio personalizado no es constante y existen fallas que causan este tipo de resultados.

Gráfico N°26: Distribución porcentual de la Percepción de Empatía en relación al interés del personal de enfermería por los pacientes.



Elaborado por: Sergio Villegas

Como se evidencia en el gráfico N°26 muestra una perspectiva específica con respecto a las diferentes calificaciones de cada una de las preguntas realizadas en dicha dimensión. La tercera pregunta evidencia valores que reflejan la percepción del usuario sobre el interés del personal de enfermería por los pacientes. El resultado de esta pregunta con un 71% muestra posee una percepción positiva frente al interés del personal de enfermería. Sin embargo existe un 9% que percibe que dicho personal no muestra interés al momento de la atención.

TABLA N° 7 VALORES DEL COEFICIENTE DE α CRONBACH DEL INSTRUMENTO EMPEADO

PUNTAJE DEL COEFICIENTE DE α CRONBACH	PREGUNTA
DIMENSIÓN	TANGIBILIDAD
0,9005	¿La tecnología de los equipos médicos para los diagnósticos y tratamientos ha sido?
0,9020	¿La apariencia (limpieza y uniforme) del personal ha sido?
0,9004	¿Las indicaciones (señalizaciones) para orientarse y saber dónde ir en el hospital han sido?
0,9021	¿El estado en que están las habitaciones del hospital (apariciencia, comodidad) ha sido?
0,9036	¿La facilidad para l llegar al hospital ha sido?
DIMENCION	FIABILIDAD
0,8942	¿El interés del personal por cumplir lo que promete ha sido?
0,8954	¿El interés del personal por solucionar los problemas de los pacientes ha sido?
0,8976	¿La información que los médicos proporcionan ha sido?
0,8972	¿El tiempo de espera para ser atendido por un médico ha sido?
DIMENCION	CAPACIDAD DE RESPUESTA
0,8926	¿La disposición del personal para ayudarle cuando lo necesita ha sido?
0,8937	¿La rapidez con que consigues lo que se necesita o se pide ha sido?
0,8989	¿La puntualidad de las consultas médicas ha sido?
0,8972	¿La información que los médicos dan a los familiares ha sido?
DIMENCION	SEGURIDAD
0,8937	¿La preparación del personal (capacitación) para realizar su

	trabajo ha sido?
0,8927	¿La amabilidad (cortesía) del personal en su trato con la gente ha sido?
0,8923	¿La confianza (seguridad) que el personal transmite a los pacientes ha sido?
DIMENSION	EMPATIA
0,8916	¿La capacidad del personal para comprender las necesidades de los pacientes ha sido?
0,8889	¿El trato personalizado que se da a los pacientes ha sido?
0,8946	¿El interés del personal de enfermería por los pacientes ha sido?

El coeficiente de cronbach mide la fiabilidad del instrumento aplicado a la recolección de datos cualitativos de la investigación (Orozco, 2014). La fiabilidad es representada por un valor numérico, el cual si es próximo a 1 el nivel de fiabilidad será total y a su vez si es próximo al 0 (cero), el instrumento no será fiable o de cierta manera confiable para la investigación. El instrumento utilizado en la investigación obtuvo un valor de 0.9 el cual refleja que tiene un nivel de confiabilidad elevada. A continuación se presentaran los valores del coeficiente de cronbach por pregunta (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

TABLA N°8 TANGIBILIDAD VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO

NIVEL DE INSTRUCCION	TANGIBILIDAD						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	Instrucción Primaria	0.20%	0.07%	1.60%	8.27%	7.87%	18.00%
	Instrucción Secundaria	0.27%	1.67%	8.80%	19.07%	20.53%	50.33%
	Instrucción Superior	0.40%	1.67%	5.93%	10.53%	13.13%	31.67%
	Total	0.87%	3.40%	16.33%	37.87%	41.53%	100%
$X^2=19.43$ GL=8 $p<0.0001$							

La prueba estadística del Chi-cuadrado permite evaluar la hipótesis entre dos variable. La hipótesis a probar es la existencia de asociación entre variables. Sin embargo para lograr definir esto se debe utilizar el valor de probabilidad (p), en el cual como el instrumento tiene un nivel de confiabilidad de 95% y con un 5% de error aceptable. Partiendo de esto el valor de probabilidad deberá ser menor al 0.05 (5%) del error para determinar existencia de asociación entre variables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

En la tabla N°8 se puede apreciar valores como que el 7.87% de encuetados con nivel de instrucción primara calificaron a su percepción sobre la dimensión Tagibilidad como positiva, sin embargo con el 8.80% de encuestados pero con nivel de instrucción secundaria califica a esta dimensión de manera neutral, es decir que el mismo número de personas pero con distinto nivel de instrucción lograron tener una percepción neutral en la misma dimensión. Por otro lado el valor de probabilidad es de $p<0.0001$ lo cual nos muestra que entre la dimensión tangibilidad y el nivel de instrucción existe asociación.

TABLA N°9 TANGIBILIDAD VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO

SEXO	TANGIBILIDAD						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	F	0.40%	1.67%	8.33%	21.00%	23.27%	54.67%
	M	0.74%	1.73%	8.00%	16.87%	18.27%	45.33%
	Total	0.87%	3.40%	16.33%	31.87%	41.53%	1500
$X^2=1.47$, GL=8, $p=0.5655$							

En la tabla N°9 donde se cruzan las variables tangibilidad y sexo surgen valores como que el 23.27% de la población encuestada es de sexo femenino y que calificaron a la dimensión tangibilidad de manera positiva. Por otro lado con solo el 8% de la muestra dice que es masculino y que calificaron a la dimensión de una manera neutral. Con lo que respecta al valor de probabilidad de $p<0.5655$ donde clara mente se ve su proximidad al número 1 lo que nos quiere decir que no existe asociación entre variables en este caso.

TABLA N°10 FIABILIDADVS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO

NIVEL DE INSTRUCCION	FIABILIDAD						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	Instrucción Primaria	0.17%	0.75%	2.67%	5.75%	8.67%	18.00%
	Instrucción Secundaria	0.42%	2.50%	8.33%	16.08%	23.00%	50.33%
	Instrucción Superior	0.33%	1.42%	4.67%	12.75%	12.50%	31.67%
	Total	0.92%	4.67%	15.67%	34.58%	44.17%	1200
$X^2=4.54$, $GL=8$, $p=0.3270$							

En la tabla N°10 se encuentran porcentajes que muestran que el 23% de la población encuestada posee nivel de instrucción secundario, sin embargo con el 12.50% de la población posee nivel de instrucción superior a pesar de que ambos niveles de instrucción califican a la dimensión de fiabilidad se una manera positiva, el valor de probabilidad muestra que estas dos variables no poseen un grado de asociación.

TABLA N°11 FIABILIDADVS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO

SEXO	FIABILIDAD						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	F	0.33%	3.00%	8.92%	16.75%	25.67%	54.67%
	M	0.58%	1.67%	6.75%	17.83%	18.50%	45.33%
	total	0.92%	4.67%	15.67%	34.58%	44.17%	1200
$X^2=6.51$, GL=4, $p=0.011$							

En la presente tabla se evidencian valores porcentuales como que el 3% de mujeres califico de manera negativa a esta dimensión, sin embargo con lo que respecta al sexo masculino solo el 1.67% también lo califico de esta manera. De acuerdo al valor de probabilidad el cual es de 0.0112 muestra que si existe asociación entre estas dos variables.

TABLA N°12 CAPACIDAD DE RESPUESTA VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO

		CAPACIDAD DE RESPUESTA					
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	Instrucción Primaria	0.08%	0.17%	2.67%	7.08%	8.00%	18.00%
	Instrucción Secundaria	1.50%	1.58%	8.17%	18.92%	20.17%	50.33%
	Instrucción Superior	0.33%	1.25%	5.25%	12.83%	12.00%	31.67%
	Total	1.92%	3.00%	16.08%	38.83%	40.17%	1200
$X^2=7.93, GL=8, p=0.0818$							

En la tabla N°12 se muestra que la población encuestada con instrucción secundaria en su mayoría califica a la dimensión de capacidad de respuesta como positiva, sin embargo se evidencia que la población investigada con nivel de instrucción superior poseen porcentajes similares en las dos primeras calificaciones es decir que casi el mismo número de encuestados determina que su percepción es positiva pero no en su totalidad. Con un valor de probabilidad de 0.0818 muestra que no existe asociación entre variables.

TABLA N°13 CAPACIDAD DE RESPUESTA VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO

SEXO	CAPACIDAD DE RESPUESTA						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	F	0.75%	1.75%	8.92%	20.00%	23.25%	54.67%
	M	1.17%	1.25%	7.17%	18.83%	16.92%	45.33%
	Total	1.92%	3.00%	16.08%	38.83%	40.17%	1200
$X^2=3.18, GL=4, p=0.1726$							

La tabla N°13 muestra que el en ambos sexos con 8.92% y con el 7.17% respectivamente a femenino y masculino, determina que la misma cantidad de encuestados califican a su percepción como neutral, es decir que para ellos el servicio no logra satisfacer su expectativa como clientes. Por otro lado con un 0.1726 de valor de probabilidad se evidencia que no existe asociación entre estas dos variables.

TABLA N°14 SEGURIDAD VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	SEGURIDAD						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	Instrucción Primaria	0.00%	0.22%	1.78%	7.56%	8.44%	18.00%
	Instrucción Secundaria	0.44%	0.78%	7.89%	19.89%	21.33%	50.33%
	Instrucción Superior	0.33%	0.78%	5.89%	14.22%	10.44%	31.67%
	Total	0.78%	1.78%	15.56%	41.67%	40.22%	900
$X^2=8.40$, $GL=8$, $p=0.0577$							

En la tabla N°14 muestra que el 14.22% correspondiente a instrucción superior califica a su percepción de manera que la población estudiada muestra un ligera insatisfacción con lo que respecta al servicio. Con un valor de probabilidad de 0.0577 se demuestra que no existe asociación entre estas dos variables.

TABLA N°15 SEGURIDAD VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO

	SEGURIDAD						
SEXO	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	F	0.56%	0.89%	8.22%	23.33%	21.67%	54.57%
	M	0.22%	0.89%	7.33%	18.33%	18.56%	45.33%
	total	0.78%	1.78%	15.56%	41.67%	40.22%	900
$X^2=0.75$, $GL=4$, $p=0.8299$							

La tabla N°15 muestra que ambos sexos poseen una percepción de la calidad positiva frente a la seguridad proyectada, sin embargo la constante aparición de porcentajes con calificaciones negativas demuestra que existe un porcentaje de hombres y mujeres que se encuentran en total insatisfacción con el servicio. Por otro lado el valor de probabilidad de 0.8299 muestra que no existe asociación entre variables.

TABLA N°16 EMPATIA VS. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN CHI CUADRADO

	EMPATIA						
	Calificación	1	2	3	4	5	Total
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Instrucción Primaria	0.00%	0.78%	1.89%	5.67%	9.67%	18.00%
	Instrucción Secundaria	0.78%	3.00%	8.44%	18.89%	19.22%	50.33%
	Instrucción Superior	0.33%	1.00%	6.11%	13.33%	10.89%	31.67%
	Total	1.11%	4.78%	16.44%	37.89%	39.78%	900
	$X^2=12.75$, GL=8, $p=0.0024$						

En la presente tablaN°16 se evidencia que a nivel de instrucción secundaria la gran mayoría califica a la dimensión de empatía con un “mucho mejor de lo que esperaba”, por otro lado con la población de instrucción superior el porcentaje más alto muestra que en esta dimensión esta población determina que esta dimensión solo llega a ser “mejor de lo que me esperaba” dejando como evidencia que las persona de instrucción superior necesitan algo extra para ser total mente complacidos. Con respecto al valor de probabilidad muestra que con un 0.0024 si existe asociación entre variables.

TABLA N°17 EMPATIA VS. SEXO SEGÚN CHI CUADRADO

	EMPATIA						
SEXO	Calificación	1	2	3	4	5	Total
	F	0.67%	2.56%	8.33%	21.33%	21.33%	54.67%
	M	0.44%	2.22%	8.11%	16.11%	18.44%	45.33%
	Total	1.11%	4.78%	16.44%	37.89%	39.78%	900
$X^2=1.166$, GL=4, $p=0.67$							

Presentando un valor del 8.33% en mujeres y con un 8.11% en hombres, se evidencia que a pesar de la diferencia numérica existente, casi el mismo porcentaje de la población de ambos sexos cataloga a esta dimensión de manera neutral, es decir que no la perciben de manera positiva ni negativa. Contando con un valor de probabilidad de 0.67 revela que entre estas dos variables no existe asociación.

7.-Propuesta

7.1.-PROTOCOLOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/PACIENTE

Tabla N°18 Protocolo de Atención de personal Auxiliar de Enfermería de Consulta Externa

OBJETIVO	CARGO	FUNCIONES	ESCENARIOS	OBSERVACIONES	COMPETENCIAS
Realizar la preparación de pacientes en el área de Consulta Externa de manera oportuna amable y humana	AUXILIAR DE ENFERMERÍA CONSULTA EXTERNA	<ol style="list-style-type: none"> Es el encargado de realizar procedimientos de enfermería tales como: toma de tensión arterial, respiración, pulso, temperatura talla, saturación de oxígeno. Es el en cargado de guiar a los pacientes a los diferentes consultorios, según 	Consulta Externa	<ul style="list-style-type: none"> Educación: Bachiller(si no cumple debe solventar con experiencia) Título: Auxiliar de enfermería. Experiencia: 6 meses 	<ul style="list-style-type: none"> Conducta laboral Conocimiento del puesto Planificación y resolución Productividad y calidad Comunicación Servicio al cliente Orientación a resultados

		<p>especialidad requerida.</p> <p>3. Es responsable del control y el cuidado de inventario de equipos, insumos y lencería asignada, y reportarla la existencia de novedades encontradas al jefe del área.</p> <p>4. Será quien prepare gasas, torundas, aplicaciones, baja lenguas y apósitos.</p> <p>5. Deberá equipar los consultorios con formularios de historia clínica</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>única, material de escritorio y material blanco.</p> <p>6. Será quien realiza desafección concurrente de y terminal de camillas, escritorios, tensiómetros, foneidoscopios, termómetros, gradillas, saturadores.</p> <p>7. Deberá realizar de forma clara y oportuna los registros de tratamientos administrados e implementos</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>utilizados.</p> <p>8. Deberá realizar el manejo de desechos hospitalarios según norma y protocolo establecido.</p> <p>9. Será quien deberá mantener el stock de materiales de la unidad del paciente.</p> <p>10. Deberá cumplir y aplicar las técnicas de: lavado de manos.</p>			
<p>Contacto inicial con el Usuario (paciente/cliente)</p>	<p>¿QUE HACER?</p> <p>A. Presentación: La apariencia: en el preciso momento donde el cliente se presenta frente al personal de servicio es un punto clave, pues el <u>PACIENTE/CLIENTE</u> crea una imagen de la organización que puede ser negativa o positiva y esta imagen que el cliente percibe la llevara consigo desde el principio hasta que se marcha del establecimiento.</p> <p>B. Captar la atención del cliente: La atención puntual: esto significa crear un autentico espíritu de servicio, es decir</p>				

	<p>crear empatía con el cliente para lograr esto se necesita lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener en claro que el cliente es lo primero. • Atender rápidamente y siempre de pie y si en el caso de estar atendiendo a otra persona, se deberá realizar un gesto que comunique al cliente que si lo hemos notado y que pronto será atendido. • Dejar el trabajo que se está realizando en dicho momento para atender al cliente siempre y cuando no sea atender a otro cliente <p>C. Hacer que se sienta relajado y cómodo: Amabilidad: Mantener una actitud positiva y predispuesta a la comunicación sincera con el cliente. La amabilidad en este punto es la herramienta para romper el hielo con el cliente, y es el momento donde la atención personalizada marca la diferencia durante la conversación.</p> <p>D. Informarle en todo momento: Actitud Servicial (no servil): se trata de facilitar toda aquella información que le pueda beneficiar al cliente como: servicios adicionales, horarios, ubicación de los diferentes departamentos, etc.</p> <p>E. Atender sus demandas: Adaptabilidad: el personal debe tener flexibilidad para desarrollar el trabajo eficazmente, pues a medida que las diferentes demandas del cliente sean satisfechas, su actitud frente a la organización, será cada vez más positiva.</p>
Desarrollo	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Saludar de manera atenta y cordial</p> <p>2.- Preguntar con que médico o especialista tiene el turno.</p>

	<p>3.-Realizar procedimientos de enfermería: toma de tensión arterial, respiración, pulso, temperatura talla, saturación de oxígeno.</p> <p>3.- Guiar y direccionar a los pacientes a los diferentes consultorios, según especialidad requerida.</p> <p>4.-Entregar los documentos pertinentes previamente llenos por parte del auxiliar sobre los datos del paciente/cliente.</p> <p>5.-Despedirce asegurándose que se el médico posee todo los datos pertinentes del paciente y preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>¿COMO HACERLO?</p> <p>1.-Recibir al paciente/cliente siempre con amabilidad y comprensión, tratando de crear empatía con el mismo para poder comprender y aceptar que todas las personas somos diferentes pero se merecen un servicio de calidad.</p> <p>2.-Se recomienda escuchar de forma clamada y atenta cualquier tipo de reclamo o problema que existiese, y de manera inmediata tratar de solucionarlo, si es necesario acudir con la persona que puede resolver el inconveniente.</p> <p>3.-Siempre mostrar una actitud positiva frente al paciente/cliente (independientemente de la situación anímica)</p> <p>4.-Valorar la personalidad del paciente/cliente para adaptarse a las circunstancias.</p>
Final	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Al terminar la atención, se verificará que el paciente /cliente este conforme con el servicio recibido. (registro en una encuesta de satisfacción)</p> <p>2.-Debemos preguntar si el paciente/cliente posee alguna inquietud y si es así la debemos contestar de la mejor manera.</p>

	<p>3.- Finalmente, nos despediremos del paciente / cliente, asegurándonos que el médico posea todos los datos pertinentes del paciente.</p> <p>4.- Antes de salir preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>5.- A la salida del paciente / cliente, mencionar siempre que Northospital es una Casa de Salud que está dispuesta a atender todas sus inquietudes y necesidades.</p>
--	---

Fuente: Matriz de puestos de trabajo Northospital

Elaborado por: Sergio Villegas

TablaN°19 Protocolo de Atención de personal Auxiliar de Laboratorio

OBJETIVO	CARGO	FUNCIONES	ESCENARIOS	OBSERVACIONES	COMPETENCIAS
Asistir en la realización de exámenes de laboratorio, preparando y tomando muestras biológicas, a fin de emitir un resultado que contribuya al diagnóstico médico de las pacientes.	AUXILIAR DE LABORATORIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir a los pacientes /clientes atendiendo la solicitud de acuerdo al pedido médico. 2. Registra la información del paciente en el pedido de consulta externa de manera oportuna, completa. 3. Entregar la hoja de pedido a toma de muestras o distribución según las normas de entregar a los pacientes. 4. Mantener organizados y actualizados los archivos con los resultados de exámenes, a fin de 	Laboratorio	<p>Educación: Bachiller, últimos años de tecnología médica, auxiliar de laboratorio, auxiliar de enfermería.</p> <p>Formación: sistemas de gestión de calidad, procesos, técnicas y procedimientos de análisis de exámenes de laboratorio.</p> <p>Informática</p> <p>Gestión de salud y seguridad operacional.</p> <p>Experiencia: 1 año en cargos similares.</p>	<p>Conducta laboral.</p> <p>Conocimientos del puesto</p> <p>Planificación y resolución</p> <p>Productividad y calidad</p> <p>Comunicación</p> <p>Servicio al cliente</p> <p>Orientación a resultados.</p>

		<p>entregar a los pacientes.</p> <p>5. Realizar la toma de muestras (flebotomía) dentro y fuera del laboratorio considerando las normas establecidas en la manuales de laboratorio.</p> <p>6. Distribuir las muestras por tipo de examen y revisar que las muestras concuerden con las hojas de pedidos, acorde con los manuales de laboratorio.</p> <p>7. Revisar los datos con la secretaria y otros laboratorios cuando así lo amerite</p> <p>8. Comparar los sueros, plasmas o muestras</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>primarias con la hoja de pedido.</p> <p>9. Preparar el material necesario según los insertos, así como tener los reactivos en stock.</p> <p>10. Procesar, realizar y analizar las muestras según los manuales de laboratorio de Northospital o de acuerdo a la técnica del equipo o reactivo y las normas internacionales.</p> <p>11. Controlar la temperatura de refrigeradores, estufas y otros si así lo amerita.</p> <p>12. Limpiar y mantener en orden el área.</p> <p>13. Ingresar los resultados al</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>cuaderno de registro</p> <p>14. Manejar y ubicar los desechos infecciosos de acuerdo al manual de bioseguridad</p> <p>15. Preparar los materiales estériles de coloraciones y tinciones de placas o frotis.</p> <p>16. Esterilizar los materiales.</p> <p>17. Transportar muestras a otros laboratorios.</p> <p>18. Conocer y cumplir la normativa, procedimientos e instrucciones que afecten a su trabajo, en particular a las medidas de prevención y protección.</p> <p>19. Contribuir al</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>cumplimiento de las obligaciones establecidas por la autoridad competente con el fin de proteger la seguridad y salud del personal del laboratorio.</p> <p>20. Sugerir las medidas que considere oportunas en su ámbito de trabajo para mejorar la calidad, la seguridad y eficacia del mismo.</p> <p>21. Informar sobre cualquier accidente de trabajo que haya sucedido o presenciado y colaborar en la investigación del mismo.</p>			
Desarrollo	¿QUE HACER?				

	<p>1.- Saludar de manera atenta y cordial</p> <p>2.-Recibir a los pacientes /clientes atendiendo la solicitud de acuerdo al pedido medico.</p> <p>3.-Registrar la información del paciente en el pedido de consulta externa de manera oportuna y eficiente.</p> <p>4.-Proceguir con la toma de muestras (flebotomía) dentro y fuera del laboratorio considerando las normas establecidas en la manuales de laboratorio.</p> <p>¿COMO HACERLO?</p> <p>1.-Recibir al paciente/cliente interno como externo siempre con amabilidad y comprensión, tratando de crear empatía con el mismo para poder comprender y aceptar que todas las personas somos diferentes pero se merecen un servicio de calidad.</p> <p>2.-Se recomienda escuchar de forma clamada y atenta cualquier tipo de reclamo o problema que existiese, y de manera inmediata tratar de solucionarlo, si es necesario acudir con la persona que puede resolver el inconveniente.</p> <p>3.-Siempre mostrar una actitud positiva frente al paciente/cliente (independientemente de la situación anímica)</p> <p>4.-Valorar la personalidad del paciente/cliente para adaptarse a las circunstancias.</p>
Final	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Al terminar la atención, se verificará que el paciente /cliente este conforme con el servicio recibido. (registro en una encuesta de satisfacción)</p>

- | | |
|--|---|
| | <p>2.-Debemos preguntar si el paciente/cliente posee alguna inquietud y si es así la debemos contestar de la mejor manera.</p> <p>3.- Finalmente, nos despediremos del paciente / cliente, asegurándonos que el médico posea todos los datos pertinentes del paciente.</p> <p>4.- Antes de salir preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>5.- A la salida del paciente / cliente, mencionar siempre que Northospital es una Casa de Salud que está dispuesta a atender todas sus inquietudes y necesidades</p> |
|--|---|

Fuente: Matriz de puestos de trabajo Northospital

Elaborado por: Sergio Villegas

TablaN°20 Protocolo de Atención de Secretaria de Laboratorio

OBJETIVO	CARGO	FUNCIONES	ESCENARIOS	OBSERVACIONES	COMPETENCIAS
Apoyar en la gestión administrativa del área, elaborando informes de laboratorio de acuerdo a los manuales establecidos por la dirección, contribuyendo a la oportuna atención y satisfacción del paciente/cliente	SECRETARIA DE LABORATORIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir a los pacientes /clientes atendiendo la solicitud de acuerdo al pedido médico. 2. Registra la información del paciente en el pedido de consulta externa de manera oportuna, completa. 3. Ingresar las ordenes de exámenes de diferentes aéreas hospitalarias. 4. Entregar la hoja de pedido a toma de muestras o distribución según las normas de entregar a los pacientes. 5. Mantener organizados y 	Laboratorio		

		<p>actualizados los archivos con los resultados de exámenes, a fin de entregar a los pacientes.</p> <p>6. Realizar la toma de muestras (flebotomía) dentro y fuera del laboratorio considerando las normas establecidas en la manuales de laboratorio.</p> <p>7. Revisar los datos con la secretaria y otros laboratorios cuando así lo amerite</p> <p>8. Comparar los sueros, plasmas o muestras primarias con la hoja de pedido.</p> <p>9. Ubicar los desechos</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>infecciosos, de acuerdo al Manual de Bioseguridad.</p> <p>10. Limpiar y mantener en orden el área.</p> <p>11. Ingresar los resultados al cuadrino de registro</p> <p>12. Conocer y cumplir la normativa, procedimientos e instrucciones que afecten a su trabajo, en particular a las medidas de prevención y protección.</p> <p>13. Sugerir las medidas que considere oportunas en su ámbito de trabajo para mejorar la calidad, la seguridad y eficacia del mismo.</p> <p>14. Informar sobre cualquier</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>accidente de trabajo que haya sucedido o presenciado y colaborar en la investigación del mismo.</p> <p>15. Confirmar los tiempos de entrega de resultados con servidores externos.</p> <p>16. Entregar los resultados confirmados y revisados por el responsable, a pacientes y/o cliente, médico o área requerida.</p>			
<p>Contacto inicial o acogida</p>	<p>¿QUE HACER?</p> <p>A. Presentación: La apariencia: en el preciso momento donde el cliente se presenta frente al personal de servicio es un punto clave, pues el <u>CLIENTE</u> crea una imagen de la organización que puede ser negativa o positiva y esta imagen que el cliente percibe la llevara consigo desde el principio hasta que se marcha del establecimiento.</p> <p>B. Captar la atención del cliente: La atención puntual: esto significa crear un auténtico espíritu de servicio, es</p>				

	<p>decir crear empatía con el cliente para lograr esto se necesita lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener en claro que el cliente es lo primero. • Atender rápidamente y siempre de pie y si en el caso de estar atendiendo a otra persona, se deberá realizar un gesto que comunique al cliente que si lo hemos notado y que pronto será atendido. • Dejar el trabajo que se está realizando en dicho momento para atender al cliente siempre y cuando no sea atender a otro cliente <p>C. Hacer que se sienta relajado y cómodo: Amabilidad: Mantener una actitud positiva y predispuesta a la comunicación sincera con el cliente. La amabilidad en este punto es la herramienta para romper el hielo con el cliente, y es el momento donde la atención personalizada marca la diferencia durante la conversación.</p> <p>D. Informarle en todo momento: Actitud Servicial (no servil): se trata de facilitar toda aquella información que le pueda beneficiar al cliente como: servicios adicionales, horarios, ubicación de los diferentes departamentos, etc.</p> <p>E. Atender sus demandas: Adaptabilidad: el personal debe tener flexibilidad para desarrollar el trabajo eficazmente, pues a medida que las diferentes demandas del cliente sean satisfechas, su actitud frente a la organización, será cada vez más positiva.</p>
Desarrollo	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Saludar de manera atenta y cordial</p>

	<p>2.-Recibir a los pacientes /clientes de manera cordial y amable mostrando empatía y serenidad, atendiendo la solicitud de acuerdo al pedido médico.</p> <p>3.-Registra la información del paciente en el pedido de consulta externa de manera oportuna y completa de acuerdo a los formatos de Northospital.</p> <p>4.-Ingresar las ordenes de exámenes de diferentes aéreas hospitalarias.</p> <p>5.-Entregar los resultados confirmados y revisados a pacientes y/o clientes, médico o área requerida.</p> <p>¿COMO HACERLO?</p> <p>1.-Recibir al paciente/cliente interno como externo siempre con amabilidad y comprensión, tratando de crear empatía con el mismo para poder comprender y aceptar que todas las personas somos diferentes pero se merecen un servicio de calidad.</p> <p>2.-Se recomienda escuchar de forma clamada y atenta cualquier tipo de reclamo o problema que existiese, y de manera inmediata tratar de solucionarlo, si es necesario acudir con la persona que puede resolver el inconveniente.</p> <p>3.-Siempre mostrar una actitud positiva frente al paciente/cliente (independientemente de la situación anímica)</p> <p>4.-Valorar la personalidad del paciente/cliente para adaptarse a las circunstancias.</p>
Final	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Al terminar la atención, se verificará que el paciente /cliente este conforme con el servicio recibido. (registro en</p>

	<p>una encuesta de satisfacción)</p> <p>2.-Debemos preguntar si el paciente/cliente posee alguna inquietud y si es así la debemos contestar de la mejor manera.</p> <p>3.- Finalmente, nos despediremos del paciente / cliente, asegurándonos que el médico posea todos los datos pertinentes del paciente.</p> <p>4.- Antes de salir preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>5.- A la salida del paciente / cliente, mencionar siempre que Northospital es una Casa de Salud que está dispuesta a atender todas sus inquietudes y necesidades</p>
--	--

Fuente: Matriz de puestos de trabajo Northospital

Elaborado por: Sergio Villegas

TablaN°21 Protocolo de Atención de Auxiliar de Imagen

OBJETIVO	CARGO	FUNCIONES	ESCENARIOS	OBSERVACIONES	COMPETENCIAS
Apoyar en la gestión administrativa del área, elaborando informes de laboratorio de acuerdo a los manuales establecidos por la dirección, contribuyendo a la oportuna atención y satisfacción del paciente/cliente	AUXILIAR DE IMAGEN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir a los pacientes /clientes atendiendo la solicitud de acuerdo al pedido médico. 2. Registra la información del paciente en el pedido de consulta externa de manera oportuna, completa. 3. Ingresar las ordenes de exámenes de diferentes aéreas hospitalarias. 4. Entregar la hoja de pedido a toma de muestras o distribución según las normas de entregar a los pacientes. 5. Mantener organizados y actualizados los archivos con los resultados de exámenes, a 	Consultorios de imagen		

		<p>fin de entregar a los pacientes.</p> <p>6. Revisar los datos con la secretaria y otros laboratorios cuando así lo amerite</p> <p>7. Ubicar los desechos infecciosos, de acuerdo al Manual de Bioseguridad.</p> <p>8. Limpiar y mantener en orden el área.</p> <p>9. Ingresar los resultados al cuadrino de registro</p> <p>10. Conocer y cumplir la normativa, procedimientos e instrucciones que afecten a su trabajo, en particular a las medidas de prevención y protección.</p> <p>11. Sugerir las medidas que considere oportunas en su ámbito de trabajo para</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>mejorar la calidad, la seguridad y eficacia del mismo.</p> <p>12. Informar sobre cualquier accidente de trabajo que haya sucedido o presenciado y colaborar en la investigación del mismo.</p> <p>13. Confirmar los tiempos de entrega de resultados con servidores externos.</p> <p>14. Entregar los resultados confirmados y revisados por el responsable, a pacientes y/o cliente, médico o área requerida.</p>			
<p>Contacto inicial o acogida</p>	<p>¿QUE HACER?</p> <p>A. Presentación: La apariencia: en el preciso momento donde el cliente se presenta frente al personal de servicio es un punto clave, pues el <u>CLIENTE</u> crea una imagen de la organización que puede ser negativa o</p>				

	<p>positiva y esta imagen que el cliente percibe la llevara consigo desde el principio hasta que se marcha del establecimiento.</p> <p>B. Captar la atención del cliente: La atención puntual: esto significa crear un auténtico espíritu de servicio, es decir crear empatía con el cliente para lograr esto se necesita lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener en claro que el cliente es lo primero. • Atender rápidamente y siempre de pie y si en el caso de estar atendiendo a otra persona, se deberá realizar un gesto que comunique al cliente que si lo hemos notado y que pronto será atendido. • Dejar el trabajo que se está realizando en dicho momento para atender al cliente siempre y cuando no sea atender a otro cliente <p>C. Hacer que se sienta relajado y cómodo: Amabilidad: Mantener una actitud positiva y predispuesta a la comunicación sincera con el cliente. La amabilidad en este punto es la herramienta para romper el hielo con el cliente, y es el momento donde la atención personalizada marca la diferencia durante la conversación.</p> <p>D. Informarle en todo momento: Actitud Servicial (no servil): se trata de facilitar toda aquella información que le pueda beneficiar al cliente como: servicios adicionales, horarios, ubicación de los diferentes departamentos, etc.</p> <p>E. Atender sus demandas: Adaptabilidad: el personal debe tener flexibilidad para desarrollar el trabajo eficazmente, pues a medida que las diferentes demandas del cliente sean satisfechas, su actitud frente a la organización, será cada vez más positiva.</p>
Desarrollo	¿QUE HACER?

	<p>1.- Saludar de manera atenta y cordial</p> <p>2.-Recibir a los pacientes /clientes atendiendo la solicitud de acuerdo al pedido medico.</p> <p>3.-Registra la información del paciente en el pedido de consulta externa de manera oportuna, completa.</p> <p>4.-Entregar la hoja de pedido a toma de muestras o distribución según las normas de entregar a los pacientes.</p> <p>5.-Entregar los resultados confirmados y revisados a pacientes y/o clientes, médico o área requerida.</p> <p>¿COMO HACERLO?</p> <p>1.-Recibir al paciente/cliente interno como externo siempre con amabilidad y comprensión, tratando de crear empatía con el mismo para poder comprender y aceptar que todas las personas somos diferentes pero se merecen un servicio de calidad.</p> <p>2.-Se recomienda escuchar de forma clamada y atenta cualquier tipo de reclamo o problema que existiese, y de manera inmediata tratar de solucionarlo, si es necesario acudir con la persona que puede resolver el inconveniente.</p> <p>3.-Siempre mostrar una actitud positiva frente al paciente/cliente (independientemente de la situación anímica)</p> <p>4.-Valorar la personalidad del paciente/cliente para adaptarse a las circunstancias.</p>
Final	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Al terminar la atención, se verificará que el paciente /cliente este conforme con el servicio recibido. (registro en</p>

	<p>una encuesta de satisfacción)</p> <p>2.-Debemos preguntar si el paciente/cliente posee alguna inquietud y si es así la debemos contestar de la mejor manera.</p> <p>3.- Finalmente, nos despediremos del paciente / cliente, asegurándonos que el médico posea todos los datos pertinentes del paciente.</p> <p>4.- Antes de salir preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>5.- A la salida del paciente / cliente, mencionar siempre que Northospital es una Casa de Salud que está dispuesta a atender todas sus inquietudes y necesidades</p>
--	--

Fuente: Matriz de puestos de trabajo Northospital

Elaborado por: Sergio Villegas

TablaN°22 Protocolo de Atención de Información y Admisiones

OBJETIVO	CARGO	FUNCIONES	ESCENARIOS	OBSERVACIONES	COMPETENCIAS
	INFORMACIÓN O ADMISIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar información sobre servicio que brinda el hospital. 2. Agendar citas con médicos tratantes. 3. Dar turnos para consulta externa. 4. Buscar y dar turnos a especialistas. 5. Registro de pacientes de cualquier índole. 6. Recepción de información y datos de los pacientes/clientes 7. Admisión de todo tipo de pacientes 8. Recolección de documentos 	Counter de Admisiones e información		

		9. Manejo de códigos de validación(pacientes IESS)			
Contacto inicial o acogida	<p>¿QUE HACER?</p> <p>A. Presentación: La apariencia: en el preciso momento donde el cliente se presenta frente al personal de servicio es un punto clave, pues el <u>CLIENTE</u> crea una imagen de la organización que puede ser negativa o positiva y esta imagen que el cliente percibe la llevara consigo desde el principio hasta que se marcha del establecimiento.</p> <p>B. Captar la atención del cliente: La atención puntual: esto significa crear un auténtico espíritu de servicio, es decir crear empatía con el cliente para lograr esto se necesita lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener en claro que el cliente es lo primero. • Atender rápidamente y siempre de pie y si en el caso de estar atendiendo a otra persona, se deberá realizar un gesto que comunique al cliente que si lo hemos notado y que pronto será atendido. • Dejar el trabajo que se está realizando en dicho momento para atender al cliente siempre y cuando no sea atender a otro cliente <p>C. Hacer que se sienta relajado y cómodo: Amabilidad: Mantener una actitud positiva y predispuesta a la comunicación sincera con el cliente. La amabilidad en este punto es la herramienta para romper el hielo con el cliente, y es el momento donde la atención personalizada marca la diferencia durante la conversación.</p> <p>D. Informarle en todo momento: Actitud Servicial (no servil): se trata de facilitar toda aquella información que le</p>				

	<p>pueda beneficiar al cliente como: servicios adicionales, horarios, ubicación de los diferentes departamentos, etc.</p> <p>E. Atender sus demandas: Adaptabilidad: el personal debe tener flexibilidad para desarrollar el trabajo eficazmente, pues a medida que las diferentes demandas del cliente sean satisfechas, su actitud frente a la organización, será cada vez más positiva.</p>
Desarrollo	<p>¿QUE HACER?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Saludar de manera atenta y cordial 2.-Si el paciente/cliente es nuevo en el establecimiento brindar información sobre todos los servicios que brinda el hospital. 3.-Si el paciente/cliente ya posee conocimiento del hospital, preguntar si desea una agentar citas con médicos tratantes. 6.-Se procederá con el registro, admisión y recolección de documentos de los pacientes/clientes de cualquier índole en el sistema o formularios de Northospital. 7.-En el momento cuando el paciente/cliente sea un paciente IESS se procederá con la validación y recolección de documentos del hospital diferido. 10.-Finalmente se procederá con la emisión de turnos para consulta externa o con la asignación de médicos tratantes o especialistas. <p>¿COMO HACERLO?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Recibir al paciente/cliente interno como externo siempre con amabilidad y comprensión, tratando de crear empatía con el mismo para poder comprender y aceptar que todas las personas somos diferentes pero se merecen un servicio de

	<p>calidad.</p> <p>2.-Se recomienda escuchar de forma clamada y atenta cualquier tipo de reclamo o problema que existiese, y de manera inmediata tratar de solucionarlo si nosotros podemos o acudir con la persona que pude ayudar a resolver el inconveniente.</p> <p>3.-Siempre mostrar una actitud positiva frente al paciente/cliente a pesar de estar cansado(debido a la jornada laboral) o de mal humor(por razones laborales o personales)</p> <p>4.-Valorar la personalidad del paciente/cliente.</p>
Final	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Al terminar la atención, se verificará que el paciente /cliente este conforme con el servicio recibido. (registro en una encuesta de satisfacción)</p> <p>2.-Debemos preguntar si el paciente/cliente posee alguna inquietud y si es así la debemos contestar de la mejor manera.</p> <p>3.- Finalmente, nos despediremos del paciente / cliente, asegurándonos que el médico o auxiliar de enfermería posea todos los datos pertinentes del paciente.</p> <p>4.- Antes de salir preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>5.- A la salida del paciente / cliente, mencionar siempre que Northospital es una Casa de Salud que está dispuesta a atender todas sus inquietudes y necesidades a atender todas sus inquietudes y necesidades</p>

Fuente: Matriz de puestos de trabajo Northospital

Elaborado por: Sergio Villegas

TablaN°23 Protocolo de Atención de Guardias

OBJETIVO	CARGO	FUNCIONES	ESCENARIOS	OBSERVACIONES	COMPETENCIAS
	GUARDIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Debe revisar y controlar identificaciones de empleados y al momento de salir deberá revisar maletas o bolsos del personal que se estar restirando. 2. Debe estar atento con respecto toda persona sospechosa que entre al establecimiento. 3. Es el encargado de contribuir al direccionamiento de pacientes a sus diferentes destinos dentro del hospital. 4. Deberá ayudar al paso de familiares a habitaciones, UCI, Emergencias y a las habitaciones del hospital. 5. Tendrá que revisar que no entren niños menores de 12 años por 	Emergencias, consulta externa y laboratorio.		

		<p>regulaciones de ley.</p> <p>6. Deberá controlar y verificar que no se haya causado ningún daño a las instalaciones y equipos en áreas específicas como salas de espera, baños y consultorios.</p> <p>7. Será quien controla el paso de familiares y pacientes a emergencias.</p> <p>8. Será asignado quien será el responsable de entrega de novedades y elaboración de horarios.</p>			
Contacto inicial o acogida	¿QUE HACER? <p>A. Presentación: La apariencia: en el preciso momento donde el cliente se presenta frente al personal de servicio es un punto clave, pues el <u>CLIENTE</u> crea una imagen de la organización que puede ser negativa o positiva y esta imagen que el cliente percibe la llevara consigo desde el principio hasta que se marcha del establecimiento.</p> <p>B. Captar la atención del cliente: La atención puntual: esto significa crear un auténtico espíritu de servicio, es decir crear empatía con el cliente para lograr esto se necesita lo siguiente:</p>				

	<ul style="list-style-type: none"> • Tener en claro que el cliente es lo primero. • Atender rápidamente y siempre de pie y si en el caso de estar atendiendo a otra persona, se deberá realizar un gesto que comunique al cliente que si lo hemos notado y que pronto será atendido. • Dejar el trabajo que se está realizando en dicho momento para atender al cliente siempre y cuando no sea atender a otro cliente <p>C. Hacer que se sienta relajado y cómodo: Amabilidad: Mantener una actitud positiva y predispuesta a la comunicación sincera con el cliente. La amabilidad en este punto es la herramienta para romper el hielo con el cliente, y es el momento donde la atención personalizada marca la diferencia durante la conversación.</p> <p>D. Informarle en todo momento: Actitud Servicial (no servil): se trata de facilitar toda aquella información que le pueda beneficiar al cliente como: servicios adicionales, horarios, ubicación de los diferentes departamentos, etc.</p> <p>E. Atender sus demandas: Adaptabilidad: el personal debe tener flexibilidad para desarrollar el trabajo eficazmente, pues a medida que las diferentes demandas del cliente sean satisfechas, su actitud frente a la organización, será cada vez más positiva.</p>
Desarrollo	<p>¿QUE HACER?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Saludar de manera atenta y cordial 2.-Preguntar con que médico o especialista tiene el turno.(Consulta Externa) 3.-En el caso de que el médico no se encuentre, se deberá notificar al paciente e inmediatamente se procederá a la

localización del médico.(Consulta Externa)

4.-Notificar a los pacientes /cliente la demora del médico tratante.(consulta Externa)

3.- En caso de que el médico tratante se encuentre se procederá a guiar a los pacientes a los diferentes consultorios, según especialidad requerida, caso contrario donde existan más pacientes esperando deberá notificar al paciente/cliente recién llegado que deberá esperar los turnos anteriores.(Consulta Externa)

4.- Deberá ayudar al paso de familiares a habitaciones, (especificando el área en la que se encuentra asignado el guardia) UCI, Emergencias y a las habitaciones del hospital

- Saludar de manera atenta y cordial
- Preguntar el área y número de habitación donde se encuentra hospitalizado el paciente.
- Permitir el paso del número permitido de familiares en las horas permitidas.
- Pedir un documento de identificación y entregar la identificación correspondiente al familiar.
- Al momento de la salida del familiar devolver el documento y recibir la identificación entregada inicialmente.

5.- Sera quien controla el paso de familiares y pacientes a emergencias.

- Preguntar el nombre del paciente.
- Permitir el paso del número permitido de familiares en las horas permitidas.
- Pedir un documento de identificación y entregar la identificación correspondiente al familiar.
- Al momento de la salida del familiar devolver el documento y recibir la identificación entregada inicialmente.

¿COMO HACERLO?

	<p>1.-Recibir al paciente/cliente interno como externo siempre con amabilidad y comprensión, tratando de crear empatía con el mismo para poder comprender y aceptar que todas las personas somos diferentes pero se merecen un servicio de calidad.</p> <p>2.-Se recomienda escuchar de forma atenta y respetuosa cualquier tipo de reclamo o problema que existiese, y de manera inmediata tratar de solucionarlo, si es necesario acudir con la persona que puede resolver el inconveniente.</p> <p>3.-Siempre mostrar una actitud positiva frente al paciente/cliente (independientemente de la situación anímica)</p> <p>4.-Valorar la personalidad del paciente/cliente para adaptarse a las circunstancias</p>
Final	<p>¿QUE HACER?</p> <p>1.- Al terminar la atención, se verificará que el paciente /cliente este conforme con el servicio recibido. (registro en una encuesta de satisfacción)</p> <p>2.-Debemos preguntar si el paciente/cliente posee alguna inquietud y si es así la debemos contestar de la mejor manera.</p> <p>3.- Finalmente, nos despediremos del paciente / cliente, asegurándonos que el médico posea todos los datos pertinentes del paciente.</p> <p>4.- Antes de salir preguntar si el médico necesita algún tipo de asistencia o material en ese instante.</p> <p>5.- A la salida del paciente / cliente, mencionar siempre que Northospital es una Casa de Salud que está dispuesta a atender todas sus inquietudes y necesidades</p>

Fuente: Matriz de puestos de trabajo Northospital

Elaborado por: Sergio Villegas

7.2.- PLAN DE MEJORA PARA EL ÁREA AMBULATORIA DE NORTHOSPITAL

Tabla N°24 Plan de mejora para el Área Ambulatoria

PROBLEMAS ENCONTRADOS	METAS	ESTRATEGIA /ACCIÓN CONCRETA	RECURSOS: HUMANOS, FÍSICOS, FINANCIEROS Y TECNOLÓGICOS	RESPONSABLES
Indicaciones dadas al paciente/cliente y elementos de señalética. (deficientes)	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la señalización de áreas específicas en el servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015. 	✓ Mejorando la simbología Y ubicación de la señalética para su mejor comprensión de forma que facilite a los usuarios su lectura y pronta ubicación.	<u>Recurso Humano:</u> <ul style="list-style-type: none"> Gerencia Personal de mantenimiento <u>Recursos Físico:</u> <ul style="list-style-type: none"> Rótulos de señalética <u>Recursos Financieros:</u> <ul style="list-style-type: none"> Presupuesto para la adquisición y compra de material necesario para señalar las áreas. <u>Recursos Tecnológicos:</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerencia ➤ Personal de servicio al cliente ➤ Personal de mantenimiento

			<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador gráfico que desarrolle señalética comprensible y visible para pacientes / clientes y personal del Hospital. 	
Tiempo de espera para ser atendido por el personal médico. (excesivo)	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar el tiempo empleado en el registro de datos del paciente/cliente en los formularios o sistema informático del servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015. 	✓ Optimizando tiempos en toma de datos y llenado de formularios en el sistema de admisiones y signos vitales.	<u>Recurso Humano:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Talento humano. • Personal de admisiones e información • Personal Médico <u>Recursos Físico:</u>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerente de Talento humano. ➤ Guardias consulta externa. ➤ Auxiliar de enfermería en consulta externa. ➤ Personal de

	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar al paciente/cliente que asista previamente a consulta 15 minutos antes en el servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solicitando al paciente/cliente que asista a consulta 15 minutos antes, pues de esta manera no tendrá que espera en exceso para su atención. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas o formularios de registro <p><u>Recursos Financieros:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto destinado a capacitaciones para el puesto de trabajo. <p><u>Recursos Tecnológicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de computación, copiadoras y sistemas operativos especializados. 	Admisión y recepción
Impuntualidad en citas médicas	<ul style="list-style-type: none"> • Instar en los médicos el respeto a la hora del turno asignado a cada paciente / cliente del servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El equipo de Talento humano programará los horarios del personal médico de forma que se respete la hora del turno asignado a cada paciente / cliente. 	<p><u>Recurso Humano:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de talento humano • Personal de admisiones e información. <p><u>Recursos Físico:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerente de talento humano ➤ Personal de servicio al cliente. ➤ Admisiones e Información

	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un sistema de confirmación de citas telefónicas que valide la fecha y hora asignas para las consultas médicas del servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se desarrollará un sistema de confirmación de citas telefónicas que valide fecha y hora asignas para las consultas médicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Área de consultorios. • Turnos expedidos por el personal de admisiones e información. <p><u>Recursos Financieros:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto para la creación de nuevos puestos de trabajo. • Recursos monetarios para la compra de equipos tecnológico y de comunicación. <p><u>Recursos Tecnológicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de cómputo y de comunicación. • Sistema operativo para call-center. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un equipo de diseño gráfico para el desarrollo de estrategias didácticas y gráficas en las que se evidencie la importancia de la puntualidad en la asistencia a las citas médicas del servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Con la ayuda del equipo de diseño gráfico se desarrollará estrategias didácticas y gráficas en las que se evidencie la importancia de la puntualidad en la asistencia a las citas médicas. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Constatar que el número de consultas médicas sean asignadas en un número que sea factible y acorde al horario del personal médico del servicio ambulatorio de Northospital, hasta el tercer semestre del año 2015. 	✓ El número de consulta médicas asignadas deberán ser asignadas en un número que sea factible y acorde al horario del personal médico.		
Falta de amabilidad y cortesía por parte del personal en su trato al paciente / cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar en técnicas de servicio y atención al cliente a todos los empleados que tengan contacto directo con el cliente. 	✓ Capacitación en técnicas de servicio y atención al cliente a todos los empleados que tengan contacto directo con el cliente.	<u>Recurso Humano:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de talento humano. • Servicio al cliente • Capacitador. • Personal que opere en el servicio ambulatorio. <u>Recursos Físico:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Sala de capacitaciones. <u>Recursos Financieros:</u>	➤ Gerente de talento humano. ➤ Personal de servicio al cliente
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar en técnicas de servicio y atención al cliente para discapacitados y adultos mayores. 	✓ Capacitación en técnicas de servicio y atención al cliente para discapacitados y adultos mayores.		

	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar a médicos, auxiliares y enfermas a que tengan una relación cordial y amable con el paciente/cliente.(encuesta de satisfacción) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisando que los médicos, auxiliares y enfermas tengan una relación cordial y amable con el paciente/cliente.(encuesta de satisfacción) 	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto • destinados para capacitaciones. <p><u>Recursos Tecnológicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Computadoras, y de más elementos necesarios para la capacitación. 	
Falta de interés del personal de enfermería por los pacientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar charlas motivadoras al personal para enfatizar el buen trato y la creación de empatía con el paciente/cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificando charlas motivadoras al personal para enfatizar el buen trato y la creación de empatía con el paciente/cliente para que de esta manera surja interés por satisfacer los requerimientos del paciente/cliente. 	<p><u>Recurso Humano:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de talento humano • Servicio al cliente • Todo el personal que este en contacto con el paciente/cliente en el área ambulatoria. • Capacitador. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerencia de talento humano. ➤ Personal de servicio al cliente. ➤ Jefe de enfermería.

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar en técnicas de servicio y atención al cliente a todos el personal de enfermería que tenga contacto directo con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación en técnicas de servicio y atención al cliente al personal de enfermería que tenga contacto directo con el cliente. 	<u>Recursos Físico:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Sala de • capacitaciones. <u>Recursos Financieros:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto para capacitaciones y charlas. <u>Recursos Tecnológicos:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Computadoras, y de más elementos necesarios para la capacitación. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal de enfermería en técnicas de servicio y atención al cliente para discapacitados y adultos mayores 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación al personal de enfermería en técnicas de servicio y atención al cliente para discapacitados y adultos mayores. 		

Elaborado por: Sergio Villegas

7.3.-CUADRO DE SEGUIMIENTO PARA EL PLAN DE MEJORA PARA EL AREA AMBULATORIA DE NORTHOSPITAL

Tabla N°25 Matriz de seguimiento y Control

Actividad	Responsable (actividad)	Responsable (seguimiento y evaluación)	Evidencia	Frecuencia	Plantilla de evaluación			Tiempos
					CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	
Mejorando la simbología y ubicación de la señalética para su mejor comprensión de forma que facilite a los usuarios su lectura y pronta ubicación.	-Personal de mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> Gerencia Personal de Servicio al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotografías de la señalética cambiada. ✓ Check-list llenado por parte del personal de Servicio al cliente sobre cada una de los nuevos letreros. 	Una vez por semana				Hasta el tercer semestre del año 2015
Optimizando tiempos en toma	-Auxiliar de enfermería en	<ul style="list-style-type: none"> Gerente de Talento 	✓ Toma de tiempos empleados en	Una vez por semana	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer

de datos y llenado de formularios en el sistema de admisiones y signos vitales	consulta externa. -Personal de Admisiones e Información	humano. • Guardias consulta externa.	toma de datos y registro del paciente/cliente.					semestre del año 2015
Solicitando al paciente/cliente que asista a consulta 15 minutos antes, pues de esta manera no tendrá que esperar en exceso para su atención.	-Auxiliar de enfermería en consulta externa. -Personal de Admisiones e Información	• Gerente de Talento humano. • Guardias consulta externa.	✓ Escribir o colocar en la parte inferior del documento donde está la hora y número de turno una frase que recuerde al paciente que debe estar 15 minutos antes de la hora asignada en el turno.	Revisar cada momento en el cual se entregan los turnos.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

El equipo de Talento humano programará los horarios del personal médico de forma que se respete la hora del turno asignado a cada paciente / cliente.	-Cuerpo médico	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano • Personal de Servicio al cliente 	✓ Registro en el sistema informático de atención a pacientes la hora de inicio y fin de la consulta médica.	Diario	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015
Se desarrollará un sistema de confirmación de citas telefónicas que valide fecha y hora asignas para las consultas médicas.	-Personal de Admisiones e Información	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano • Personal de Servicio al cliente 	✓ La creación de una base de datos donde el personal de admisión e información tenga acceso y para obtener los números	Se imprimirá una vez cada semana.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

			telefónicos de los pacientes/clientes que tengan consultas medicas en los días próximos.					
Con la ayuda del equipo de diseño gráfico se desarrollará estrategias didácticas y gráficas en las que se evidencie la importancia de la puntualidad en la asistencia a las citas médicas.	-Personal de Admisiones e Información	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano • Personal de Servicio al cliente 	✓ Archivar documentos, fotografías e imágenes que muestren las evidencias expuestas.	Una vez por semana.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

El número de consultas médicas asignadas deberán ser asignadas en un número que sea factible y acorde al horario del personal médico.	-Personal de Admisiones e Información	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano • Servicio al cliente 	✓ Se expondrá en carteleras y en las puertas de cada consultorio los listados impresos de los pacientes asignados a cada médico con la hora de atención de cada usuario.	Se creara una vez cada semana.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015
Capacitación en técnicas de servicio y atención al cliente a todos los puestos de trabajo que	-Todo el personal que este en contacto con el paciente/cliente en el área ambulatoria	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano. • Personal de Servicio al cliente 	✓ Fotografías y videos grabados de las charlas como también de la interacción del personal del área ambulatoria y el capacitador en	Cada vez que tengan una capacitación.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

tengan contacto directo con el cliente.			<p>las diferentes actividades que se realicen en las capacitaciones.</p> <p>✓ Registro de asistencia firmado por cada trabajador.</p> <p>✓ Certificados de asistencia</p>					
Capacitación en técnicas de servicio y atención al cliente para discapacitados y adultos mayores.	-Todo el personal que este en contacto con el paciente/cliente en el área ambulatoria	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano. • Personal de Servicio al cliente 	<p>✓ Fotografías y videos grabados de las charlas como también de la interacción del personal del área ambulatoria y el capacitador en las diferentes actividades que</p>	Cada vez que tengan una capacitación.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

			<p>se realicen en las capacitaciones</p> <p>✓ Registro de asistencia firmado por cada trabajador.</p> <p>✓ Certificados de asistencia</p>					
Supervisando que los médicos, auxiliares y enfermas tengan una relación cordial y amable con el paciente/cliente. (encuesta de satisfacción)	-Todo el personal que este en contacto con el paciente/cliente en el área ambulatoria	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de talento humano. • Personal de Servicio al cliente 	<p>✓ Registrar en un sistema de calificación la atención recibida por parte del personal médico.</p>	En cada momento que un nuevo doctor tenga consulta.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

Planificando charlas motivadoras al personal para enfatizar el buen trato y la creación de empatía con el paciente/cliente para que de esta manera surja interés por satisfacer los requerimientos del paciente/cliente.		<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de talento humano. • Personal de Servicio al cliente. • Jefe de enfermería. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotografías y videos grabados de la o las charlas como también de la interacción enfermeras y el capacitador en las diferentes actividades que se realicen en las capacitaciones. ✓ Registro de asistencia firmado por cada trabajador. ✓ Certificados de asistencia 	Cada vez que tengan una capacitación.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotografías y videos grabados de la o las charlas como también de la interacción enfermeras y el capacitador en las diferentes actividades que se realicen en las capacitaciones. ✓ Registro de asistencia firmado por cada trabajador. ✓ Certificados de asistencia 		CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	
Capacitación en técnicas de servicio y atención al cliente al personal de enfermería que tenga contacto directo con el cliente.	-Personal de enfermería del hospital.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de talento humano. • Personal de Servicio al cliente. • Jefe de enfermería. 		Cada vez que tengan una capacitación.				Hasta el tercer semestre del año 2015

Capacitación al personal de enfermería en técnicas de servicio y atención al cliente para discapacitados y adultos mayores.	-Personal de enfermería del hospital.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de talento humano. • Personal de Servicio al cliente. • Jefe de enfermería. 	✓ Fotografías y videos grabados de la o las charlas como también de la interacción enfermeras y el capacitador en las diferentes actividades que se realicen en las capacitaciones. ✓ Registro de asistencia firmado por cada trabajador. ✓ Certificados de asistencia	Cada vez que tengan una capacitación.	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	Hasta el tercer semestre del año 2015

Elaborado por: Sergio Villegas

8.-Conclusiones:

Mediante la aplicación del instrumento de recopilación de datos se pudo establecer que la situación actual del servicio ambulatorio de Northospital en el periodo del mes de Febrero e inicio del mes de Marzo que la atención al cliente es percibida de manera positiva, sin embargo se encontró que la calidad de atención no se encuentra sistematizada por ende la atención al cliente es variable.

Se elaboró un protocolo de atención al cliente por cada una de los puestos de trabajo que poseen contacto directo con el paciente/cliente en la aérea ambulatoria. Cabe recalcar que los diferentes protocolos están creados a partir de las actividades de los trabajadores y las directrices teóricas de la atención al cliente en hotelería.

En base a los porcentajes que mostraron inconsistencias, se desarrolló un plan de mejora donde se plantearon metas, estrategias, se asignaron recursos y responsable para la ejecución del plan, con la finalidad de superar las fallas encontradas.

Las actividades mencionadas en el plan de mejora permitieron el desarrollo de una matriz con un plan de seguimiento, que posee varios elementos que permiten evidencia, el progreso y la solución de los problemas encontrados dentro de un tiempo determinado.

Según la variable de tangibilidad en el cuestionario de SERVQHOS, nos permite la evaluación de la apariencia de instalaciones, equipos, empleados y materiales de comunicación; para lo cual la población tiene una buena percepción en relación a lo evaluado; pues hay que tomar en cuenta los criterios referidos a señalética y la apariencia del estado de los consultorios, debido a que los puntajes obtenidos requieren especial atención para mejorar estos aspectos dentro de las instalaciones de Northospital y de esta manera lograr una mejor acogida de los usuarios.

De acuerdo a la variable de fiabilidad en el cuestionario de SERVQHOS, mide la habilidad de prestar el servicio tal como se ha prometido con error cero, lo que implica ofertar un producto de calidad (servicio de salud); para lo cual la población tiene una buena percepción en relación a lo evaluado; es importante tomar en cuenta el criterio referido al tiempo de espera para ser atendido por un médico, debido a que el puntaje obtenido, el tiempo de espera es un aspecto que requieren más énfasis.

Según la variable de capacidad de respuesta en el cuestionario de SERVQHOS, nos permite evaluar el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. Prestar el servicio de forma ágil; para lo cual la población tiene una buena percepción en relación a lo evaluado; sin embargo determino que existen fallas poco importantes en los criterios referidos a la rapidez con que se consigue lo que se necesita o se pide al personal y a la puntualidad de las consultas médicas, debido a que los puntajes obtenidos requieren especial atención para mejorar estos aspectos dentro de las instalaciones de Northospital y de esta manera lograr eficiencia en las consultas médicas y en el servicio al usuarios.

Acorde a la variable de seguridad en el cuestionario de SERVQHOS, nos permite medir la percepción del paciente con respecto al conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente; para lo cual la población tiene una buena percepción en relación a lo evaluado; hay que mantener una especial atención con estos aspectos para mantener y mejorar la calidad.

De acuerdo a la variable de empatía en el cuestionario de SERVQHOS, nos permite la evaluar la percepción de los pacientes con respecto a la conexión sólida entre dos personas y su capacidad de comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro; para lo cual la población tiene una buena percepción en relación a lo evaluado; por la existencia de fallas no se logra apreciar con claridad la existente calidez humana de los colaboradores con el paciente haciendo que dicha ventaja competitiva brindada por el personal del hospital no se note.

Según el valor de probabilidad otorgado por la prueba estadística Chi-cuadrado se logra determinar que es necesario aplicar esta herramienta para determinar si existe o no asociación entre las variables analizadas.

9.-Recomendaciones:

Es necesario sistematizar todos los procesos de manera informática y documentada de tal forma que se logra potencializar la atención al cliente en el servicio ambulatorio de Northospital.

Los protocolos de atención deben ser aplicados, validados y reestructurados según las necesidades que se evidencian en futuros estudios realizados por el personal de servicio al cliente de Northospital.

Cada responsable deberá formar grupos de trabajo que permiten su ejecución, modificación y evaluación de cada una de las actividades asignadas y de los avances generados en el tiempo de implementación para que con el tiempo se logre desarrollar una cultura organizacional de crecimiento continuo y sentido de pertenencia hacia la institución.

La inversión económica aplicada en mejorar todo tipo de señalética y apariencia de las áreas físicas donde se realiza la atención al cliente, a futuro generaran réditos económicos como también crearen puntos diferenciadores entre servicios similares y teniendo como resultado una mejor posición en el mercado competitivo del sector.

La aplicación de estrategias planteadas en el plan de mejora permitirá corregir y mejorar el tiempo de atención al usuario, la rapidez con la que se logra satisfacer las necesidades del paciente/cliente, la puntualidad en consultas médicas y a su vez permitirá la potenciación y control de los puntos favorables de las dimensiones de Seguridad y Empatía, los que fueron una fortaleza durante la investigación.

10.-Bibliografía:

Alvarado, A. F., Morales, M. C., & Bustos, O. B. (2012). Administración y Mejora Continua en Enfermería. Mexico: McGraw.

Betancurt Pulgarín, C. L. (2011). Gerencia del Cuidado Hospitalario. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Dorado. (2012). Dirección de alojamientos turísticos. España: SINTESIS S.A.

Dorado, J. A., & Cerra, J. (2000). Manual de Recepción y Atención al Cliente. España: SINTESIS S.A.

García Ortiz, P. P., Gil Muela, M., & García Ortiz, F. (2007). Técnicas de Servicio y Atención al Cliente. España: Paraninfo.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGRAW-HILL.

Landa García, J. I., & Parrilla Paricio, P. (2009). Cirugía AEC/AEC Surgery. España: Editorial Médica Panamericana S.A.

Londoño, M., Morera, G., & Laverde, P. (2008). Administración Hospitalaria. Bogotá: Internacional LTDA.

López, A., Garita, C., Clark, I., Angulo, J. M., Alvarado Rosales., M. Á., Muñoz Chacón, P., y otros. (2007). METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DE GUÍAS DE ATENCIÓN Y PROTOCOLOS. San José, Costa Rica.

Otero, J., & Otero I, J. (2002). ¿Qué es calidad en salud? Perú.

Otero, J., & Otero I, J. (2002). Gerencia en odontología. Tomo 2 Ética y Marketing. Perú.

Rubinstein, A., Terrasa, S., Durante, E., Rubinstein, E., & Carrete, P. (2001). Medicina Familiar y Práctica Ambulatoria. Buenos Aires: Panamericana S.A.

Ubeda, M. A. (2011). La nueva Hotelería Hospitalaria. Hh Equipamiento sociosanitario , 18-19.

Asociación Española de Hostelería Hospitalaria. (s.f.). Hostelería Hospitalaria. Obtenido de <http://www.hosteleriahospitalaria.org/>

Bown, D. (12 de Marzo de 2014). The Concept of Customer Service. Recuperado el 10 de Septiembre de 2014, de Ehow en Español: http://www.ehow.com/about_6714655_concept-customer-service.html

Centro de innovación en tecnología y pedagogía. (s.f.). Glosario de los términos básicos de las Estadísticas en Salud. Obtenido de Centro de innovación en tecnología y pedagogía:

<http://campuscitep.rec.uba.ar/mod/glossary/view.php?id=11413&mode=letter&hook=N&sortkey=&sortorder=>

Córdova, V. (5 de Noviembre de 2012). Ouça o Paciente, Escute o Cliente. Obtenido de HM Doctors: <http://www.hmDoctors.com/index.php/2012/11/ouca-o-paciente-escute-o-cliente/#.VEiRMvmG9PE>

Definición.de. (2008). Definición.de. Obtenido de Definición de Cliente: <http://definicion.de/cliente/>

Hamui Sutton, L., Fuentes García, R., Aguirre Hernández, R., & Ramírez de la Roche, O. F. (25 de Febrero de 2013). Expectativas y experiencias de los usuarios del Sistema de Salud en México: Un estudio de satisfacción con la atención médica”. Obtenido de <http://www.facmed.unam.mx/bmnd/SatisfaccionAtencionMedica.pdf>

HMDocors. (s.f.). HM Doctors. Obtenido de <http://www.hmDoctors.com/index.php/quem-somos/#.U8cDfv15OKI>

INEC. (2010). Resultados del Censo 2010. Obtenido de [ecuadorencifras.com.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

Ministerio de Salud Pública. (Enero de 2012). Tarifario de prestaciones para el sistema nacional de salud. Obtenido de http://issuu.com/mspecuador/docs/tarifario_prestaciones_sistema_nacional_salud

Moreno Monsiváis, M. G., & Interrial Guzmán, G. (30 de Octubre de 2011). Percepción del paciente acerca de su bienestar durante la hospitalización. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962012000300002

Orozco, D. (24 de noviembre de 2014). Definición de Alfa de Cronbach. Obtenido de Conceptodifinicion.com: <http://conceptodifinicion.de/alfa-de-cronbach/>

Serven, D. J. (26 de Marzo de 2008). Obtenido de Slideshare.net: <http://www.slideshare.net/jrmoncho/hoteleria-hospitalaria-323235>

SERVQUAL. (s.f.). Obtenido de PRINCIPIOS DE GESTION: <http://abc-calidad.blogspot.com/2011/05/servqual.html>

Supervisión de servicios de hotelería hospitalaria. (17 de Abril de 2013). Obtenido de Slideshare.net: <http://www.slideshare.net/jrmoncho/hoteleria-hospitalaria-323235>

ANEXOS

Fotografía N1. Fachada de Northospital



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N2. Fachada de Northospital



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N3. Recepción



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N4. Recepción



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N5. Recepción



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N6. Recepción



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N7. Sala de Espera (Principal)



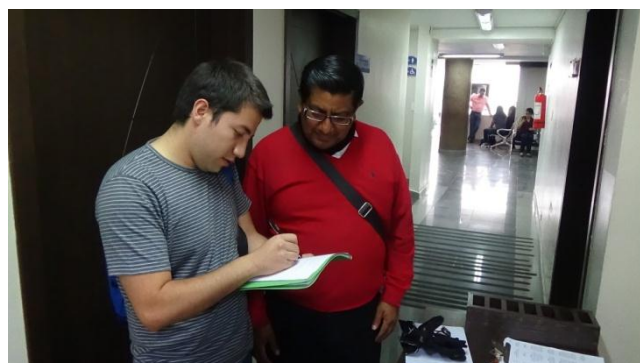
Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N8. Sala de espera (Principal)



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N9. Toma de encuesta



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N10. Sala de espera (Lab. e Imagen)



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N11. Sala de espera (Lab. e Imagen)



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Fotografía N12. Sala de espera (Consulta externa)



Fuente: Registro fotográfico
Elaborado por: Sergio Villegas

Anexo 1: Encuesta Aplicada en la Investigación

ENCUESTA DE PERCEPCION DE LA CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE

1.-SEXO F ____ M ____

2.-Nivel de Instrucción:

- Primaria ____
- Secundaria ____
- Superior ____
- Posgrado ____

3.-Percepción de la calidad

Marque con una cruz en el valor que usted asigne a las diferentes afirmaciones.

1: Mucho peor de lo que esperaba

2: peor de lo que esperaba

3: como me lo esperaba

4: mejor de lo que me esperaba

5: Mucho mejor de lo que me esperaba

INDICADOR					
TANGIBILIDAD	1	2	3	4	5
La tecnología de los equipos médicos para los diagnósticos y tratamientos ha sido.					
La apariencia(limpieza y uniforme) del personal ha sido					
Las indicaciones (señalizaciones) para orientarse y saber dónde ir en el hospital ha sido					
El estado en que están las habitaciones del hospital (apariciencia, comodidad) ha sido					
La facilidad para llegar al hospital ha sido					
FIABILIDAD	1	2	3	4	5
El interés del personal por cumplir lo que promete ha sido					
El interés del personal por solucionar los problemas de los pacientes ha sido					
La información que los médicos proporciona ha sido					
El tiempo de espera para ser atendido por un médico ha sido					
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
La disposición del personal para ayudarle cuando lo necesita ha sido					
La rapidez con que consigues lo que se necesita o se pide ha sido					
La puntualidad de las consultas médicas ha sido					

La información que los médicos dan a los familiares ha sido					
SEGURIDAD	1	2	3	4	5
La preparación del personal (capacitación) para realizar su trabajo ha sido					
La amabilidad (cortesía) del personal en su trato con la gente ha sido					
La confianza (seguridad) que el personal transmite a los pacientes ha sido					
EMPATÍA	1	2	3	4	5
La capacidad del personal para comprender las necesidades de los pacientes ha sido					
El trato personalizado que se da a los pacientes ha sido					
El interés del personal de enfermería por los pacientes ha sido.					

4.-Usuario

Paciente: _____ Familiar: _____